رسانه ملی
و نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب

اباذر افشار



بسم الله الرحمن الرحیم

رسانه ملی و نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب

نویسنده:

اباذر افشار

ناشر چاپی:

مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران

ناشر دیجیتالی:

مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه اصفهان

فهرست

فهرست ----- ۵

رسانه ملی و نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب ----- ۱۰

مشخصات کتاب ----- ۱۰

اشاره ----- ۱۱

فهرست مطالب ----- ۱۴

مقدمه ----- ۲۰

فصل اول: مفاهیم نظری ----- ۲۶

عفاف ----- ۲۶

حجاب ----- ۲۹

تعریف لغوی ----- ۲۹

تعریف اصطلاحی ----- ۳۱

حدود و مصداق های حجاب در آیات قرآنی ----- ۳۲

بدحجابی و پوشش های نامناسب زنان ----- ۳۷

پوشش های نامناسب مردان ----- ۳۹

نهادینه سازی ----- ۴۰

رسانه ----- ۴۳

تعریف رسانه ----- ۴۳

رویکردها ----- ۴۳

تعریف رسانه ----- ۴۳

رویکردها ----- ۴۳

تعریف تلویزیون ----- ۴۶

فصل دوم: یافته های تحقیق ----- ۴۸

بررسی وضعیت فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه ----- ۴۸

بررسی عوامل ایجاد و تشدید پدیده بدحجابی ----- ۶۰

راهکارهای اصلاح وضعیت موجود عفاف و حجاب ---- ۸۸

بررسی سهم نهادهای مختلف در اصلاح وضعیت موجود عفاف و حجاب ---- ۱۰۸

بررسی سهم رسانه ملی در اصلاح وضعیت موجود عفاف و حجاب ---- ۱۱۸

بررسی عملکرد کنونی رسانه ملی در حوزه عفاف و حجاب ---- ۱۲۷

وظایف رسانه ملی در زمینه سیاست گذاری، تولید و نظارت در نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب ---- ۱۴۲

برنامه سازی در رسانه ملی برای اصلاح وضعیت موجود فرهنگ عفاف و حجاب ---- ۱۷۳

مهم ترین موانع اثرگذاری برنامه های رسانه ملی و چگونگی غلبه بر آنها ---- ۱۸۰

راهبردها و سیاست های رسانه ملی برای نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب ---- ۱۹۰

فصل سوم: تجزیه و تحلیل ها ---- ۲۰۳

وضعیت فرهنگ حجاب و عفاف در جامعه ---- ۲۰۳

اشاره ---- ۲۰۳

حجاب و عفاف در مقیاس جهانی ---- ۲۰۵

حجاب و عفاف در مقیاس جهانی ---- ۲۰۵

حجاب و عفاف در مقیاس ملی (ارزیابی کمی و کیفی) ---- ۲۰۶

عوامل ایجاد و تشدید پدیده بدحجابی ---- ۲۰۷

اشاره ---- ۲۰۷

عوامل خارجی (فراملی در مقیاس جهانی) ---- ۲۰۸

عوامل داخلی ---- ۲۱۴

راهکارها و بایسته های بهبود وضعیت فرهنگ عفاف و حجاب ---- ۲۱۹

شناخت جنبه های پدیده بدحجابی ---- ۲۱۹

تدوین راهبرد و برنامه ریزی کلان فرهنگی ---- ۲۲۰

فرهنگ سازی عفاف بر مبنای اختیار ---- ۲۲۱

تمدن سازی بر اساس الگوی دینی سبک زندگی ---- ۲۲۲

تأکید بر ارزش های خانوادگی ---- ۲۲۲

تأکید بر ارزش های خانوادگی ---- ۲۲۲

ضابطه مند کردن پوشش با تقویت قانون گرایی ---- ۲۲۴

بهره گیری از سیاست های جدید تبلیغی و ترویجی ----- ۲۲۴
الگوسازی بر اساس شاخص های قرآنی و روایی ----- ۲۲۵
نقش نهادهای مختلف ----- ۲۲۶
اشاره ----- ۲۲۶
هماهنگی اقدامات و پرهیز از عملکردهای پراکنده و متقاطع ----- ۲۲۸
ایجاد قرارگاه فرهنگی ----- ۲۲۹
فعالیت غیرمستقیم دولت ----- ۲۲۹
فعالیت غیرمستقیم دولت ----- ۲۲۹
بررسی عملکرد رسانه ملی ----- ۲۳۱
اشاره ----- ۲۳۱
برنامه ریزی و راهبرد سیستماتیک در نهادینه سازی ----- ۲۳۱
سیاست گذاری مناسب در جذب و تربیت هنرمندان کارآمد و متعهد ----- ۲۳۲
جلوگیری از نفوذ مبانی هنر غربی در سیاست های جذب مخاطب رسانه ملی ----- ۲۳۲
جلوگیری از نفوذ مبانی هنر غربی در سیاست های جذب مخاطب رسانه ملی ----- ۲۳۲
توجه هم زمان به حجاب، حیا و عفاف ----- ۲۳۴
تصویر سازی از بانوان چادری ----- ۲۳۵
برجسته سازی تیپ ها ----- ۲۳۶
کلیشه سازی ----- ۲۳۶
وظایف و بایسته های سیاست گذاری، تولید و نظارت ----- ۲۳۷
اشاره ----- ۲۳۷
تدوین، اصلاح و اجرای سیاست های رسانه ای ----- ۲۳۷
تدوین، اصلاح و اجرای سیاست های رسانه ای ----- ۲۳۷
۳اهتمام وافر به اثرگذاری رسانه ملی در سه حوزه شناختی، عاطفی و رفتاری ----- ۲۳۹
اشاره ----- ۲۳۹
بهره گیری از نیروهای فنی و هنری کارآمد و متعهد ----- ۲۴۰
گفتمان سازی و جریان سازی هنر اسلامی و هنر ناب شیعی ----- ۲۴۱

به کارگیری سیاست های تشویقی مؤثر در رشد فرهنگ عفاف و حجاب ----- ۲۴۱
به کارگیری سیاست های تشویقی مؤثر در رشد فرهنگ عفاف و حجاب ----- ۲۴۱
تقویت باورهای مردم از طریق فیلم ها و سریال ها به صورت مستدل و منطقی ----- ۲۴۳
برطرف کردن تناقض های رفتاری ----- ۲۴۳
تقویت بنیه های فکری ----- ۲۴۴
زمینه سازی برای گسترش فرهنگ عفاف و حجاب ----- ۲۴۴
نظارت کیفی مناسب بر فرایند تأمین و پخش برنامه ها ----- ۲۴۵
تقویت فرایند ارزیابی و نظارت برنامه ها ----- ۲۴۵
برنامه سازی با هدف نهادینه سازی در رسانه ملی ----- ۲۴۵
اشاره ----- ۲۴۵
تقویت فرایند ارزیابی و نظارت برنامه ها ----- ۲۴۵
برنامه سازی با هدف نهادینه سازی در رسانه ملی ----- ۲۴۵
اشاره ----- ۲۴۵
سیاست های برنامه سازی ----- ۲۴۷
موانع برنامه سازی فراروی رسانه ملی ----- ۲۵۳
راهبردهای رسانه ملی ----- ۲۵۶
اشاره ----- ۲۵۶
تدوین سیاست های راهبردی رسانه بر اساس آموزه های اسلامی ----- ۲۵۷
استمرار و تداوم برنامه های نهادینه سازی ----- ۲۵۷
استمرار و تداوم برنامه های نهادینه سازی ----- ۲۵۷
ایجاد هم گرایی و هم افزایی در سازمان ها و نهادهای مسئول ----- ۲۵۹
افزایش احساس مسئولیت اجتماعی در برابر گسترش پدیده بدحجابی ----- ۲۶۰
منابع ----- ۲۶۲
مقالات ----- ۲۶۷
پایگاه اینترنتی ----- ۲۶۹
پیوست ها وضمائم ----- ۲۷۰

اشاره و معرفی گفت وگوشوندگان ---------- ۲۷۰
۱- حجت الاسلام والمسلمین جناب آقای دکتر مسعود آذربایجانی ---------- ۲۷۰
۲- حجت الاسلام والمسلمین جناب آقای دکتر مسعود آذربایجانی ---------- ۲۷۲
۳- سرکار خانم لعیا اعتماد سعید ---------- ۲۷۳
۴- سرکار خانم دکتر مریم حاج عبدالباقی ---------- ۲۷۴
۵- حجت الاسلام و المسلمین جناب آقای دکتر کریم خان محمدی ---------- ۲۷۵
۶- حجت الاسلام والمسلمین جناب آقای محمدرضا زیبایی نژاد ---------- ۲۷۶
۷- جناب آقای دکتر سید حسین شرف الدین ---------- ۲۷۷
۸- جناب آقای دکتر ابراهیم شفیعی سروستانی ---------- ۲۷۸
۹- جناب آقای دکتر اصغر فهیمی فر ---------- ۲۷۹
۱۰- سرکار خانم دکتر نیره قوی ---------- ۲۸۰
۱۱- سرکار خانم فروغ نیلچی زاده ---------- ۲۸۲
۱۲- جناب آقای دکتر محمدعلی هرمزی زاده ---------- ۲۸۳
درباره مرکز ---------- ۲۸۵

رسانه ملی و نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب

مشخصات کتاب

سرشناسه : افشار، اباذر، ۱۳۶۴ -

عنوان و نام پدیدآور : رسانه ملی و نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب/ اباذر افشار؛ تهیه کننده مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیما؛ ویراستار منیره ماشاءاللهی.

مشخصات نشر : قم: صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهشهای اسلامی، ۱۳۹۳.

مشخصات ظاهری : ۲۴۷ ص.؛ ۵/۱۴ × ۲۱ س م.

فروست : مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیما؛ ۲۰۲۸.

شابک : ۷۵۰۰۰ ریال: ۹۷۸-۹۶۴-۵۱۴-۳۵۲-۵

وضعیت فهرست نویسی : فاپا

یادداشت : کتابنامه: ص.[۲۲۷] - ۲۳۲ ؛ همچنین به صورت زیرنویس.

موضوع : حجاب

موضوع : تلویزیون -- ایران -- برنامه ها-- نمونه پژوهی

موضوع : تلویزیون -- برنامه های اسلامی

موضوع : تلویزیون و دین -- ایران

موضوع : حجاب -- تأثیر

موضوع : عفت -- جنبه های مذهبی -- اسلام

شناسه افزوده : صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران. مرکز پژوهشهای اسلامی

رده بندی کنگره : BP۲۳۰/۱۷/الف۷۱۳ر۵ ۱۳۹۳

رده بندی دیویی : ۲۹۷/۶۳۶

شماره کتابشناسی ملی : ۳۶۳۷۳۹۳

ص:۱

اشاره

ص:٢

ص:٣

فهرست مطالب

مقدمه ۹ [۱]

فصل اول مفاهیم نظری ۱۵ [۲]

۱. عفاف ۱۷ [۳]

۲. حجاب ۱۸ [۴]

الف) تعریف لغوی ۱۸ [۵]

ب) تعریف اصطلاحی ۲۰ [۶]

ج) حدود و مصداق های حجاب در آیات قرآنی ۲۱ [۷]

۳. بدحجابی و پوشش های نامناسب زنان ۲۶ [۸]

۴. پوشش های نامناسب مردان ۲۷ [۹]

۵. نهادینه سازی ۲۸ [۱۰]

۶. رسانه ۳۱ [۱۱]

الف) تعریف رسانه ۳۱ [۱۲]

ب) رویکردها ۳۱ [۱۳]

ج) تعریف تلویزیون ۳۳ [۱۴]

فصل دوم: یافته های تحقیق ۳۵ [۱۵]

۱. بررسی وضعیت فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه ۳۷ [۱۶]

۲. بررسی عوامل ایجاد و تشدید پدیده بدحجابی ۴۷ [۱۷]

۳. راهکارهای اصلاح وضعیت موجود عفاف و حجاب ۷۳ [۱۸]

۴. بررسی سهم نهادهای مختلف در اصلاح وضعیت موجود عفاف و حجاب ۹۰ [۱۹]

۵. بررسی سهم رسانه ملی در اصلاح وضعیت موجود عفاف و حجاب ۹۹ [۲۰]

۶. بررسی عملکرد کنونی رسانه ملی در حوزه عفاف و حجاب ۱۰۸ [۲۱]

۷. وظایف رسانه ملی در زمینه سیاست گذاری، تولید و نظارت در نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب ۱۲۰ [۲۲]

۸. برنامه سازی در رسانه ملی برای اصلاح وضعیت موجود فرهنگ عفاف و حجاب ۱۴۶ [۲۳]

۹. مهم ترین موانع اثرگذاری برنامه های رسانه ملی و چگونگی غلبه بر آنها ۱۵۳ [۲۴]

۱۰. راهبردها و سیاست های رسانه ملی برای نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب ۱۶۳ [۲۵]

فصل سوم: تجزیه و تحلیل ها ۱۷۵ [۲۶]

۱. وضعیت فرهنگ حجاب و عفاف در جامعه ۱۷۷ [۲۷]

الف) حجاب و عفاف در مقیاس جهانی ۱۷۷ [۲۸]

ب) حجاب و عفاف در مقیاس ملی (ارزیابی کمی و کیفی) ۱۷۸ [۲۹]

۲. عوامل ایجاد و تشدید پدیده بدحجابی ۱۷۹ [۳۰]

الف) عوامل خارجی (فراملی در مقیاس جهانی) ۱۸۰ [۳۱]

ب) عوامل داخلی ۱۸۵ [۳۲]

۳. راهکارها و بایسته های بهبود وضعیت فرهنگ عفاف و حجاب ۱۹۰ [۳۳]

الف) شناخت جنبه های پدیده بدحجابی ۱۹۰ [۳۴]

ب) تدوین راهبرد و برنامه ریزی کلان فرهنگی ۱۹۱ [۳۵]

ج) فرهنگ سازی عفاف بر مبنای اختیار ۱۹۲ [۳۶]

د) تمدن سازی بر اساس الگوی دینی سبک زندگی ۱۹۳ [۳۷]

ه) تأکید بر ارزش های خانوادگی ۱۹۳ [۳۸]

و) ضابطه مند کردن پوشش با تقویت قانون گرایی ۱۹۴ [۳۹]

ز) بهره گیری از سیاست های جدید تبلیغی و ترویجی ۱۹۴ [۴۰]

ح) الگوسازی بر اساس شاخص های قرآنی و روایی ۱۹۵ [۴۱]

۴. نقش نهادهای مختلف ۱۹۶ [۴۲]

الف) هماهنگی اقدامات و پرهیز از عملکردهای پراکنده و متقاطع ۱۹۸ [۴۳]

ب) ایجاد قرارگاه فرهنگی ۱۹۹ [۴۴]

ج) فعالیت غیرمستقیم دولت ۱۹۹ [۴۵]

ص:۶

۵. بررسی عملکرد رسانه ملی ۲۰۰ [۴۶]

الف) برنامه ریزی و راهبرد سیستماتیک در نهادینه سازی ۲۰۰ [۴۷]

ب) سیاست گذاری مناسب در جذب و تربیت هنرمندان کارآمد و متعهد ۲۰۱ [۴۸]

ج) جلوگیری از نفوذ مبانی هنر غربی در سیاست های جذب مخاطب رسانه ملی ۲۰۱ [۴۹]

د) توجه هم زمان به حجاب، حیا و عفاف ۲۰۲ [۵۰]

ه) تصویر سازی از بانوان چادری ۲۰۳ [۵۱]

و) برجسته سازی تیپ ها ۲۰۴ [۵۲]

ز) کلیشه سازی ۲۰۴ [۵۳]

۶. وظایف و بایسته های سیاست گذاری، تولید و نظارت ۲۰۵ [۵۴]

الف) تدوین، اصلاح و اجرای سیاست های رسانه ای ۲۰۵ [۵۵]

ب) اهتمام وافر به اثرگذاری رسانه ملی در سه حوزه شناختی، عاطفی و رفتاری ۲۰۶ [۵۶]

ج) بهره گیری از نیروهای فنی و هنری کارآمد و متعهد ۲۰۷ [۵۷]

د) گفتمان سازی و جریان سازی هنر اسلامی و هنر ناب شیعی ۲۰۸ [۵۸]

ه) به کارگیری سیاست های تشویقی مؤثر در رشد فرهنگ عفاف و حجاب ۲۰۸ [۵۹]

و) تقویت باورهای مردم از طریق فیلم ها و سریال ها به صورت مستدل و منطقی ۲۰۹ [۶۰]

ز) برطرف کردن تناقض های رفتاری ۲۰۹ [۶۱]

ح) تقویت بنیه های فکری ۲۱۰ [۶۲]

ط) زمینه سازی برای گسترش فرهنگ عفاف و حجاب ۲۱۰ [۶۳]

ی) نظارت کیفی مناسب بر فرایند تأمین و پخش برنامه ها ۲۱۱ [۶۴]

ک) تقویت فرایند ارزیابی و نظارت برنامه ها ۲۱۱ [۶۵]

۷. برنامه سازی با هدف نهادینه سازی در رسانه ملی ۲۱۱ [۶۶]

الف) سیاست های برنامه سازی ۲۱۲ [۶۷]

ب) موانع برنامه سازی فراروی رسانه ملی ۲۱۸ [۶۸]

۸. راهبردهای رسانه ملی ۲۲۱ [۶۹]

الف) تدوین سیاست های راهبردی رسانه بر اساس آموزه های اسلامی ۲۲۱ [۷۰]

ب) استمرار و تداوم برنامه های نهادینه سازی ۲۲۲ [۷۱]

ج) ایجاد هم گرایی و هم افزایی در سازمان ها و نهادهای مسئول ۲۲۳ [۷۲]

د) افزایش احساس مسئولیت اجتماعی در برابر گسترش پدیده بدحجابی ۲۲۳ [۷۳]

ص:۷

منابع ۲۲۷ [۷۴]

مقالات ۲۳۲ [۷۵]

پایگاه اینترنتی ۲۳۴ [۷۶]

پیوست ها و ضمائم ۲۳۵ [۷۷]

اشاره و معرفی گفت وگوشوندگان ۲۳۷ [۷۸]

۱. حجت الاسلام والمسلمین جناب آقای دکتر مسعود آذربایجانی ۲۳۷ [۷۹]

۲. سرکار خانم لعیا اعتماد سعید ۲۳۸ [۸۰]

۳. سرکار خانم دکتر مریم حاج عبدالباقی ۲۳۹ [۸۱]

۴. حجت الاسلام و المسلمین جناب آقای دکتر کریم خان محمدی ۲۴۰ [۸۲]

۵. حجت الاسلام والمسلمین جناب آقای محمدرضا زیبایی نژاد ۲۴۱ [۸۳]

۶. جناب آقای دکتر سید حسین شرف الدین ۲۴۲ [۸۴]

۷. جناب آقای دکتر ابراهیم شفیعی سروستانی ۲۴۳ [۸۵]

۸. جناب آقای دکتر اصغر فهیمی فر ۲۴۴ [۸۶]

۹. سرکار خانم دکتر نیره قوی ۲۴۵ [۸۷]

۱۰. سرکار خانم فروغ نیلچی زاده ۲۴۷ [۸۸]

۱۱. جناب آقای دکتر محمدعلی هرمزی زاده ۲۴۶ [۸۹]

مقدمه

فرهنگ عفاف و حجاب، در جایگاه هویت فردی و اعتبار اجتماعی، فرصتی برای ایجاد جامعه ای ایدئال و به دور از ناهنجاری هـای اجتماعی است. توجه نکردن به این فرهنگ، به عنوان ارزش اخلاقی و هویت اجتماعی، تحکیم خانواده و امنیت فرهنگی و اخلاقی جـامعه را تهدیـد می کنـد. اگر همه دسـتگاه هـای فرهنگی و اجتمـاعی، برای نهـادینه سازی حجاب، برنامه ریزی و تلاش کننـد ولی حجـاب درونی نشـود و مورد پـذیرش قلـبی و اعتقـادی قرار نگیرد، هویت اجتمـاعی به شـکل مطلوب تحقق نخواهد یافت. بر این اساس، درونی شدن حجاب به هویت فردی مستحکم و مستقلی نیازمند است تا نه به اجبار، بلکه به عنوان انتخـابی منطقی و فردی برای کسب شخصـیت اجتمـاعی قرار گیرد. بنـابراین، برای رسـیدن به سـطح آرمـانی مطلوب در زمینه حجاب یا دست کم کاهش فاصـله با آن و امکان کنترل برنامه ریزی شده محیط و هدایت روندهای عادی در مسیرهای همسو با انتظارات فرهنگی نظام اسلامی، به اقداماتی هماهنگ و دامنه دار نیاز است.

به منظور نهادینه سازی، گسترش و حفظ فرهنگ عفاف و حجاب در

فرهنگ عفاف و حجاب، در جایگاه هویت فردی و اعتبار اجتماعی، فرصتی برای ایجاد جامعه ای ایدئال و به دور از ناهنجاری هـای اجتماعی است. توجه نکردن به این فرهنگ، به عنوان ارزش اخلاقی و هویت اجتماعی، تحکیم خانواده و امنیت فرهنگی و اخلاقی جـامعه را تهدیـد می کنـد. اگر همه دسـتگاه هـای فرهنگی و اجتمـاعی، برای نهـادینه سازی حجاب، برنامه ریزی و تلاش کننـد ولی حجـاب درونی نشـود و مورد پـذیرش قلـبی و اعتقـادی قرار نگیرد، هویت اجتمـاعی به شـکل مطلوب تحقق نخواهد یافت. بر این اساس، درونی شدن حجاب به هویت فردی مستحکم و مستقلی نیازمند است تا نه به اجبار، بلکه به عنوان انتخـابی منطقی و فردی برای کسب شخصـیت اجتمـاعی قرار گیرد. بنـابراین، برای رسـیدن به سـطح آرمـانی مطلوب در زمینه حجاب یا دست کم کاهش فاصـله با آن و امکان کنترل برنامه ریزی شده محیط و هدایت روندهای عادی در مسیرهای همسو با انتظارات فرهنگی نظام اسلامی، به اقداماتی هماهنگ و دامنه دار نیاز است.

به منظور نهادینه سازی، گسترش و حفظ فرهنگ عفاف و حجاب در

ص:۹

جامعه و مقابله با بدحجابی، هر یک از نهادهای آموزشی، پژوهشی، تربیتی، فرهنگی، مذهبی، اجتماعی، اقتصادی، انتظامی و قضایی، وظیفه و مسئولیتی بر عهده دارند. در این میان، رسانه ملی با توجه به مقبولیت و اعتبار فرهنگی و اجتماعی بالا، اعتماد زیاد مخاطبان به جنبه های الگویی آن به عنوان سخنگوی فرهنگی و مروّج ارزش ها و آرمان های نظام اسلامی، مخاطب انبوه و اثرگذاری بسیار، می تواند در میان نهادهای مسئول، هم گرایی و هم افزایی ایجاد و فعالیت های غیر اصولی سازمان های رسمی و غیررسمی را در این زمینه، پیگیری و نقد کند. همچنین، فعالیت های مثبت دیگر سازمان ها را با هدف ارتقای بینش ها و حساسیت های جمعی منعکس سازد. بنابراین، یکی از مؤثرترین ابزارها در بهبود وضعیت فرهنگ عفاف و حجاب، رسانه ملی، به ویژه تلویزیون است.

با این رویکرد، کتاب _نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب با تأکید بر نقش رسانه_، در سه فصل به شرح ذیل سامان یافته است:

فصل اول: مفاهیم نظری

در این فصل، به تبیین مفاهیم حجاب، حدود و مصداق های حجاب در آیات قرآنی، بدحجابی و پوشش های نامناسب زنان، پوشش های نامناسب مردان، عفاف، نهادینه سازی، رسانه و رویکردهای آن و تلویزیون پرداخته شده است.

فصل دوم: یافته های تحقیق

در این فصل، با صاحب نظران و کارشناسان چهار حوزه مطالعاتی زن و خانواده، جامعه شناسی، روان شناسی و رسانه و ارتباطات، گفت وگو شده است. هدف این گفت وگو این است که با ترکیب و تلفیق دیدگاه ها و تحلیل جامع از وضعیت فرهنگ عفاف و حجاب در ایران، عوامل

گسترش بـدحجابی در سـال هـای اخیر شـناسایی و برای بهبود وضـعیت موجود راهکارهایی در نظر گرفته شود. در این فصل، همچنین، سـهم نهادهـای گونـاگون در نهـادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب و مقابله با بـدحجابی، بررسـی و عملکرد رسانه ملی و شـناسایی موانع فراروی آن، آسـیب شناسـی شـده است. در ادامه، دیدگاه هایی در زمینه اهداف، راهبردها، و وظایف و سیاست های رسانه ملی در نهادینه سازی فرهنگ حجاب و عفاف، مطرح شده است.

پرسش های گفت وگو دراین باره عبارتند از:

۱. وضعیت عفاف و حجاب را در جامعه امروز ایران، چگونه ارزیابی می کنید؟

۲. چه علل و عواملی را در ایجاد و تشدید وضعیت کنونی عفاف و حجاب در جامعه، مؤثر می دانید؟

۳. برای اصلاح وضعیت موجود عفاف و حجاب، چه اقدام هایی باید انجام شود؟

۴. هریک از نهادها و سازمان های علمی، آموزشی، پژوهشی، انتظامی و قضایی، چه سهمی در اصلاح وضعیت موجود عفاف و حجاب دارند؟

۵. سهم رسانه ملی را در این زمینه چگونه ارزیابی می کنید و چه وظایف و مسئولیت هایی برای آن قائلید؟

۶. عملکرد کنونی رسانه ملی را در زمینه گسترش فرهنگ عفاف و حجاب و مقابله با بدحجابی، چگونه ارزیابی می کنید؟

۷. رسـانه ملی برای ایفـای درست نقش و وظیفه ای که در این زمینه دارد، چه فعالیت هایی در زمینه سـیاست گـذاری و برنامه ریزی، چه فعالیت هایی در زمینه تولید و چه اقدام هایی در زمینه نظارت باید انجام دهد؟

ص:۱۱

۸. رسانه ملی، در زمینه برنامه سازی با هدف نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب و مقابله با بدحجابی، چه سیاستی را باید در پیش گیرد و چه برنامه هایی، با چه ساختارهایی و چه موضوع هایی برای چه گروه هایی باید تولید کند؟

۹. مهم ترین موانع اثرگذاری برنامه های رسانه ملی در زمینه گسترش فرهنگ عفاف و حجاب و مقابله با بدحجابی چیست؟ چگونه می توان بر این موانع غلبه کرد؟

۱۰. رسانه ملی به منظور اصلاح وضعیت عفاف و حجاب در جامعه، چه اهداف، سیاست ها و راهبردهایی را باید سرلوحه خود قرار دهد و بر اساس چه برنامه زمان بندی شده ای باید اقدام به این کار کند؟

استادان، کارشناسان، صاحب نظران، تهیه کنندگان و مسئولان محترمی که در این مجموعه با آنها گفت وگو شده است، به ترتیب حروف الفبا عبارتند از:

ـ حجت الاسلام و المسلمین جناب آقای دکتر مسعود آذربایجانی؛ عضو هیئت علمی پژوهشگاه حوزه و دانشگاه؛

ـ سرکار خانم لعیا اعتماد سعید؛ پژوهشگر و فعال فرهنگی؛

ـ سرکار خانم دکتر مریم حاج عبدالباقی؛ عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی تهران شمال؛

ـ حجت الاسلام و المسلمین جناب آقای دکتر کریم خان محمدی؛ مدیر گروه مطالعات روحانیت پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی و عضو هیئت علمی دانشگاه باقرالعلوم۷

ـ حجت الاسلام و المسلمین محمدرضا زیبایی نژاد؛ رئیس دفتر مطالعات و تحقیقات زنان حوزه علمیه قم؛

ـ جناب آقای دکتر سید حسین شرف الدین؛ دانش آموخته حوزه علمیه و عضو هیئت علمی مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی=؛

ـ جناب آقای دکتر ابراهیم شفیعی سروستانی؛ محقق و مدرس دانشکده صدا و سیما؛

ـ جناب آقای دکتر اصغر فهیمی فر؛ عضو هیئت علمی دانشگاه تربیت مدرس: گروه نقاشی دانشکده هنر و معماری؛

ـ سرکار خانم دکتر نیره قوی؛ عضو هیئت علمی پژوهشگاه فرهنگ و معارف اسلامی؛

ـ سرکار خانم فروغ نیلچی زاده؛ پژوهشگر مطالعات زنان و مدرس حوزه و دانشگاه؛

ـ جناب آقای دکتر محمدعلی هرمزی زاده؛ عضو هیئت علمی دانشگاه صدا و سیما؛

فصل سوم: تجزیه و تحلیل ها

در این فصل، داده های تحقیق کیفی (مصاحبه ها و گفت وگوها) به روش تحلیل محتوا، تجزیه و تحلیل شده است؛ به این صورت که مواد متنی گفت وگوها، پس از مطالعه، حاشیه نویسی و کدبندی شده، سپس داده های مورد نظر، به تناسب و بر اساس اهداف محوری پرسش ها، ارزیابی و تحلیل، و ترکیب و تلفیقی از دیدگاه های صاحب نظران در زمینه گسترش فرهنگ عفاف و حجاب و مقابله با بدحجابی، مطرح شده است.

فصل اول: مفاهیم نظری

عفاف

ص:۱۵

عفاف (با فتح حرف اول)، از ریشه «عفت»، به مناعت و خودداری از چیزی که حلال نیست یا خودداری از گفتار و رفتاری که جایز و شایسته نیست، معنا شده است.(۱) راغب اصفهانی دراین باره می نویسد: «عفاف، یکی از حالات نفسانی و درونی است که به وسیله آن، از غلبه شهوت جلوگیری می شود.»(۲) بنابراین، عفیف به معنای خویشتن دار و بامناعت است.(۳) در اصطلاح، عفاف به نیروی تعدیل کننده شهوت ها و غرایز افراطی انسان گفته می شود و به جنس خاصی اختصاص ندارد، بلکه به عنوان فضیلت اخلاقی، بین زن و مرد مشترک است.

عفاف، حالت درونی و باطنی حجاب است. با توجه به تأثیر ظاهر بر باطن و باطن بر ظاهر، میان حجاب و پوشش ظاهری، با عفت و خویشتن داری باطنی انسان، ارتباط دوجانبه وجود دارد؛ بدین ترتیب که هرچه حجاب و پوشش ظاهری بهتر باشد، در پرورش روحیه باطنی

عفاف (با فتح حرف اول)، از ریشه «عفت»، به مناعت و خودداری از چیزی که حلال نیست یا خودداری از گفتار و رفتاری که جایز و شایسته نیست، معنا شده است.(۴) راغب اصفهانی دراین باره می نویسد: «عفاف، یکی از حالات نفسانی و درونی است که به وسیله آن، از غلبه شهوت جلوگیری می شود.»(۵) بنابراین، عفیف به معنای خویشتن دار و بامناعت است.(۶) در اصطلاح، عفاف به نیروی تعدیل کننده شهوت ها و غرایز افراطی انسان گفته می شود و به جنس خاصی اختصاص ندارد، بلکه به عنوان فضیلت اخلاقی، بین زن و مرد مشترک است.

عفاف، حالت درونی و باطنی حجاب است. با توجه به تأثیر ظاهر بر باطن و باطن بر ظاهر، میان حجاب و پوشش ظاهری، با عفت و خویشتن داری باطنی انسان، ارتباط دوجانبه وجود دارد؛ بدین ترتیب که هرچه حجاب و پوشش ظاهری بهتر باشد، در پرورش روحیه باطنی

ص:۱۷

۱- [۱] . خلیل بن احمد فراهیدی، العین، ج۱، ص۹۳؛ ابن منظور، لسان العرب، ج۹، ص ۲۵۳.

۲- [۲] . راغب اصفهانی، مفردات الفاظ القرآن الکریم، ص۵۷۳.

۳- [۳] . علی اکبر قرشی، قاموس قرآن، ج۲، ص ۱۸.

۴- [۱] . خلیل بن احمد فراهیدی، العین، ج۱، ص۹۳؛ ابن منظور، لسان العرب، ج۹، ص ۲۵۳.

۵- [۲] . راغب اصفهانی، مفردات الفاظ القرآن الکریم، ص۵۷۳.

۶- [۳] . علی اکبر قرشی، قاموس قرآن، ج۲، ص ۱۸.

عفت تـأثیر بیشتری دارد. در مقابـل، هرچه عفت بـاطنی فرد بیشتر باشـد، به رعایت حجاب و پوشـش ظاهری بیشتر و بهتری در ارتباط با نامحرم پای بند است.(۱)

حجاب

تعریف لغوی

در بین اهل لغت دو نظریه درباره مفهوم لغوی حجاب مطرح شده است:

نظریه اول: گروهی معتقدنـد حجـاب، به معنای پوشـش است. از همین رو، واژه حجاب را معادل واژه «سِتر» قرار داده انـد. ابن منظور در یکی از دو تعریف لغوی که بر حجاب دارد، می نویسد:

الحجـابُ: السِّترُ، حَجَبَ الشـیُ یحجُبُه حَجباً و حِجاباً و حَجَّبَه: سَتَرَهُ ... إمرأةٌ محجوبهٌ: قـد سُتِرَت بِسِترٍ؛ الحجابُ اسمُ ما احتجُبَ به.(۲)

حجاب [از ماده حجب] به معنای پوشش و پوشانیدن است. [زمانی که گفته شود:] فلان چیز را محجوب کرد و در حجاب قرار داد، [معنـایش این است که] آن را پوشانـد و مسـتور کرد... زن محجوبه و باحجاب، کسـی است که به وسـیله پوششـی مسـتور باشد و حجاب، اسم چیزی است که پوشانیدن با آن انجام می گیرد.

صاحب _القاموس المحیط_ نیز حجاب را به معنای «ستر» دانسته است:

ص:۱۸

۱- .[۱] نخبـــه، ل، ۱۳۸۶، حجـــاب در قرآن. در: وبلاـــگ تخصصـــی حجـاب و عفـاف (Hejab professional weblog,۱۳۹۲)

۲- [۲] . لسان العرب، ج۱، ص۲۹۸.

«حَجَبَهُ حُجباً و حِجَاباً: سَتَرَهُ».(۱)

نظریه دوم: گروهی دیگر معتقدند، هرچند واژه حجاب به معنای پوشـش به کار می رود، معنای اصـلی آن، هر چیزی است که مانع، حائل، رادع و فاصـله میان دو چیز باشد. اگر به پوشـش نیز حجاب گفته می شود، برای این است که «پوشـش»، حرمت و کرامت زن را از گزند نگاه نامحرم و بیگانه بازمی دارد و میان زینت و زیبایی های زن و نگاه نامحرم، فاصـله می اندازد. بیشتر لغت شناسان بر همین عقیده اند.

ابن منظور در تعریف دومش از حجاب می نویسد: «الحِجابُ: ... کُلُّ شَـيءٍ مَنَعَ شـیئاً فَقَد حَجَبَهُ و کلُّ ما حالَ بین شیئین؛ حجاب هر چیزی است که مـانع از چیز دیگر شود و هرچیزی که میـان دو چیز حائل و جـدایی بینـدازد.»(۲) طریحی نیز می نویسـد: «و أصـل الحجـاب الستر الحائـل بین الرائی و المرئی؛ حجـاب در اصـل، پوششـی است که میان بیننـده و کسـی یا چیزی که مورد رؤیت قرار می گیرد، حائـل می شود.»(۳) در _قـاموس قرآن_ آمـده است: «حُجب و حجاب، هر دو مصـدر و به معنای پنهان کردن و منع از دخول است. حجاب به معنای پرده نیز هست».(۴)

ابن فارس می نویسـد: «حُجب: أصل واحـد و هو المنع؛ حجب، ریشه واحدی برای همه مشـتقات حجاب است که به معنای منع می باشد».(۵)

از تعاریف لغت شناسان درمی یابیم که در مفهوم لغوی حجاب، افزون

ص:۱۹

۱- [۱] . مجدالدین محمد بن یعقوب فیروزآبادی، القاموس المحیط، ص۹۲.

۲- [۲] . همان، ص۲۹۸.

۳- [۳] . فخرالدین طریحی، مجمع البحرین، ج۲، ص۳۳.

۴- [۴] . قاموس قرآن، ج۲، ص۱۰۳.

۵- [۵] . احمد بن فارس، معجم مقاییس اللغه ، ج۳، ص۱۲۳.

بر ستر و پوشش، مانع بودن و جنبه بازدارندگی حجاب نیز در نظر گرفته شده است؛ چنان که در قرآن کریم هفت بار واژه «حجاب» به کار رفته که به معنای «مانع و حائل» بوده است.(۱)

تعریف اصطلاحی

در اصطلاح فقهی، حجاب، پوشانیدن تمام بدن به جز گردی صورت و دست (از مچ دست به پایین) است. البته کتاب های فقهی در تعریف حجاب، از واژه «ستر» و برای بیان احکام «نگاه»، از واژه «نظر» استفاده کرده اند،(۲) در حالی که هر دو مفهوم، در تعریف حجاب گنجانده می شود. بنابراین، تعریف یادشده، جامع نیست، همان طور که این تعریف، جنبه های دیگر حجاب مانند نحوه رفتار و گفتار را شامل نمی شود. شهید مطهری= دراین باره می فرماید: «وظیفه پوشش که اسلام برای زنان مقرر کرده، این است که زن در معاشرت خود با مردان، بدن خود را بپوشاند و به جلوه گری و خودنمایی نپردازد».(۳)

بنابراین، فرهنگ حجاب دو مشخصه اساسی دارد: ۱. حدود و اصول شرعی پوشش در آن رعایت شود (با پوشش ظاهری، همه بدن به جز دست و کفین، پوشانده شود.)؛ ۲. برجستگی های بدن آشکار نباشد و از هرگونه تحریک جنسی رفتاری و گفتاری که به خودنمایی و جلب نگاه نامحرم و تعرض به وی بینجامد، خودداری شود. ازاین رو، حجاب، حدود و اصولی دارد که رعایت نکردن آنها به

۱- [۱] . نک: اعراف: ۴۶؛ مریم: ۱۷؛ احزاب: ۳۵؛ ص: ۳۱؛ فصلت: ۵؛ شوری: ۵۱.

۲- [۲] . خلفی، «بازنگرشی درون دینی به حجاب»، کتاب زنان، ۱۳۸۶، شماره ۳۷، ص ۷۵.

۳- [۳] . مرتضی مطهری، مسئله حجاب، ص۷۹.

معنای بی حجابی است.

منظور از حجاب و پوشش به این معنا، خانه نشینی زن یا پنهان کردن وی یا محدود کردن فعالیت های اجتماعی اش نیست، بلکه حجاب از دیدگاه اسلام، نقطه مقابل هرزگی، لیبرالیسم جنسی و تبرج است.(۱) زن می تواند با رعایت پوشش و حفظ حدود حجاب، در جامعه حضوری فعال داشته باشد.(۲) پوشش ظاهری زن مسلمان، بیان کننده اندیشه ها و نظام ارزش های درونی و بخشی از حقیقت باطنی اوست.(۳)

حجاب، به معنای مصطلح کنونی، در فرهنگ اسلام، تأیید و در ادبیات قرآنی، معیارهایی برای عفاف و حجاب بیان شده است؛ از جمله: پوشش کامل زن و پوشاندن موی سر و گردن و سینه اش، پوشاندن زینت برای زن، کنترل نگاه (هم مرد و هم زن)، و رعایت اصولی در گفتار در برابر نامحرم و راه رفتن برای زن. همچنین بر میزان پوشش زنان، به دلیل جایگاه ویژه آنان در جامعه، تأکید بیشتری شده است.

حدود و مصداق های حجاب در آیات قرآنی

یک ــ پوشش کامل: در آیه ذیل، خداوند پوشش کامل را برای همه زنان تشریع می کند:

یَاأَیُّها النَّبی ُّقُل لِّأَزْوَاجِکَ وَ بَنَاتِکَ وَ نِسَاءِ الْمُؤْمِنِینَ یُدْنِینَ عَلَیهِْنَّ

۱- [۱] . مهدی مهریزی، آسیب شناسی حجاب، ص ۱۰.

۲- [۲] . فتحیه فتاحی زاده، «حجاب در قرآن و عهدین»، فصلنامه مطالعات تفسیری، سال اول، شماره ۲، ص ۱۵۰.

۳- [۳] . یزدخواستی، «حجاب زنان با رویکرد جامعه شناختی»، کتاب زنان، ۱۳۸۶، شماره ۳۸، ص ۶۱.

مِن جَلَابِيبِهِنَّ ذَلِکَ أَدْنی أَن یُعْرَفْنَ فَلَا یُؤْذَیْنَ وَ کانَ اللَّهُ غَفُوراً رَّحِیماً. (احزاب: ۵۹)

ای پیامبر! به زنان و دختران خود و زنان مؤمنان بگو که چادر خود را بر خود فرو پوشند. این مناسب تر است، تا شناخته شوند و مورد آزار واقع نگردند و خدا آمرزنده و مهربان است.

لغت شناسان و مفسران قرآن، برای واژه جلباب که جمع آن جلابیب است، معانی گوناگونی بیان کرده اند. ابن عباس می گوید: «اَلرِّدَاءُ الَّذی یَسْتُر مِن فَوْقِ إلی أسْفلَ؛ ردایی است که سراسر بدن از بالا تا پایین را می پوشاند.» مصداق آن در زمان ما «عبا و چادر زنان ایرانی و عربی» است.(۱)

ابن منظور می نویسد: «جلباب، پیراهن و پوششی است که از «رداء» کوتاه تر و از «مقنعه» بزرگ تر است و زن سر و سینه خود را با آن می پوشاند و گفته شده است لباس گشادی است کوتاه تر از ملحفه».(۲)

مرحوم طبرسی می نویسد: «جلباب، روسری ای است که زن هنگام خروج از خانه برای رفع حاجتی سر و صورت خود را با آن می پوشاند.»(۳) قرطبی و طوسی آن را لباسی دانسته اند که تمام بدن را می پوشاند.(۴) بنابر نظر بیشتر لغت شناسان و مفسران، جلباب، پوششی است که همه اعضای بدن را می پوشاند. بنابراین، به هر لباسی که گشاد و بلند باشد و به گونه ای زیبایی های اندام را بپوشاند و زن را از نگاه و

۱- [۱] . العین، ج۶، ص۱۳۲؛ مجمع البحرین، ج۲، ص۲۳.

۲- [۲] . «الجلباب: القمیص و ثوب اوسع من الخمار دون الرداء تغطی به المرئه رأسها و صدرها و قیل هو ثوب واسع دون الملحفه». لسان العرب، ج۱، ص۲۷۲.

۳- [۳] . فضل بن حسن طبرسی، مجمع البیان، ج ۸، ص ۱۷۸.

۴- [۴] . محمد بن حسن طوسی، التبیان فی تفسیر القرآن، ج ۸، ص۳۶۱؛ قرطبی، تفسیر قرطبی (الجامع لاحکام القرآن)، ج ۱۲، ص ۳۰۹.

تعرض مردان نامحرم در امان نگه دارد، جلباب گفته می شود.

دو ـ پوشاندن گردن و سینه و موی سر برای زنان: «... وَ لْیَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنّ عَلی جُیُوبِهِنّ وَ لا یُبْدینَ زینَتَهُنّ...؛ و روسری های خود را بر سینه خود افکنند (تا اطراف گردن و سینه با آن پوشانده شود)، و زینت خود را آشکار نسازند». (نور: ۳۱)

خُمُر، جمع خِمار است. راغب اصفهانی درباره این واژه می نویسد: «اصل خِمار به معنای پوشانیدن شی است و به آنچه با آن چیزی را می پوشانند، خمار گویند و در عرف، اسم روپوشی است که زنان سر خود را با آن می پوشانند.»(۱) علامه طباطبایی دراین باره می نویسد:

خمار جامه ای است که زن سر خود را با آن می پوشاند و زاید آن را به سینه اش آویزان می کند. مراد از جیوب، سینه هاست؛ معنای آن این است که خداوند زنان را مأمور می کند تا مقنعه ها را به روی سینه های خود انداخته و آن را بپوشانند.(۲)

بنابراین، خمار، پوششی است که زن به وسیله آن، سر و گردن و سینه خود را می پوشاند و به روسری و مقنعه ای گفته می شود که زنان مسلمان، برای پوشاندن سر و گردن به کار می برند.

مفسران قرآن، با توجه به فضای فرهنگی عصر نزول، چگونگی پوشش موی سر و گردن و سینه را چنین تفسیر کرده اند: «چون زنان، در دوره جاهلی روسری خود را به پشت سر می افکندند، به طوری که گردن و بخشی از سینه آنها نمایان می شد، قرآن دستور می دهد روسری را طوری به گریبان قرار دهند که گردن و سینه آنها را

۱- [۱] . المفردات الفاظ القرآن، ص ۱۶۰.

۲- [۲] . محمدحسین طباطبایی، المیزان فی تفسیر القرآن، ج ۲۹، ص ۱۶۳.

بپوشاند».(۱)

سه ـ کنترل نگاه (هم مردان و هم زنان): خداوند در قرآن کریم، خطاب به مردان و زنان می فرماید که از نگاه خیره و شهوت آلود بپرهیزند: «قلْ لِلمُؤمِنینَ یَغُضُّوا مِن أَبصَارِهِمْ... و قُل لِلمُؤمِناتِ یَغضُضْنَ مِن أَبصَارِهِنَّ...؛ به مؤمنان بگو چشم های خود را [از نگاه به نامحرمان] فروگیرند... و به زنان باایمان بگو چشم های خود را (از نگاه هوس آلود) فروگیرند...» (نور: ۳۰ و ۳۱) «غَضّ بَصَر» به معنای کاهش دادن نگاه و خیره نشدن است.(۲)

چهار ـ پوشاندن زینت: «...و لا یُبْدِینَ زِینَتَهُنَّ إلِا ما ظَهَرَ مِنها...؛ و زینت خود را جز آن مقدار که نمایان است، آشکار نکنند.» (نور: ۳۱) منظور از زینت، زیور و زیبایی است و زیبایی های طبیعی را که اساس آن صورت و چهره است و زیبایی های اکتسابی را که به واسطه لباس، زیورآلات و لوازم آرایشی پدید می آید، دربرمی گیرد.(۳) در حقیقت، خداوند در این آیه می فرماید که زنان باید زینتشان را بپوشانند و اندام و زیبایی های طبیعی و اکتسابی شان را در برابر دید نامحرمان قرار ندهند.

پنج ـ رعایت شیوه گفتار در برابر نامحرم

یَا نِسَاءَ النَّبِی ِّلَسْتُنَّ َکَأَحدٍ مِّنَ النِّسَاءِ إِن إتَّقَیْتُنَّ َفَلَا تَخْضَعْنَ بِالْقَوْلِ فَیَطْمَعَ الَّذِی فِی قَلْبِهِ مَرَضٌ وَ قُلْنَ قَوْلًا مَّعْرُوفًا. (احزاب: ۳۲)

ای زنان پیامبر! شما همانند دیگر زنان نیستید، اگر از خدا بترسید. پس به نرمی سخن مگویید تا مردی که در قلب او مرضی است، به طمع افتد و سخن پسندیده بگویید.

ص:۲۴

۱- [۱] . محمود بن عمر زمخشری، تفسیر الکشاف، ج۳، ص۲۳۱؛ تفسیر قرطبی، ج۱۲، ص۲۳۰.
۲- [۲] . مصطفوی، التحقیق فی کلمات القرآن، ج۷، ص۲۵۳.
۳- [۳] . تفسیر المیزان، ج۱۵، ص ۱۱۱؛ فخر رازی، تفسیر کبیر(مفتاح الغیب)، ج۲۳، ص۵۰۳.

«این آیه که خطاب به همسران پیامبر۹ است، دستوری عام به تمام زنان می باشد، مبنی بر اینکه گفتارشان به لحاظ شیوه بیان و نیز محتوا، عفیفانه باشد».(۱)

«محتوای سخن، قول معروف باشد؛ یعنی سخنی باشد که شرع و عرف اسلامی آن را بپسندد و آن سخنی است که تنها مدلول خود را برساند.»(۲) بنابراین، خداوند در این آیه، زن را از گفتاری که با ناز و عشوه همراه باشد و محتوا و آهنگ سخنش هیجان انگیز و شهوت انگیز باشد، منع می کند.

شش ــ رعایت شیوه راه رفتن برای زنان

وَ لا یضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِیعْلَمَ ما یخْفِینَ مِنْ زِینَتِهِنَّ وَ تُوبُواْ إِلی اللَّهِ جَمِیعاً أَیُّهَا الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّکمْ ْتُفْلِحُون. (نور: ۳۱)

و نیز چنان پای بر زمین نزنند تا آن زینت که پنهان کرده اند، پدیدار شود. ای مؤمنان! همگان به درگاه خدا توبه کنید، باشد که رستگار شوید.

با توجه به این آیه زنان باید به گونه ای راه بروند که توجه نامحرم را جلب نکنند و با برانگیختن نگاه ها زمینه ساز فساد نشوند.(۳)

بر اساس آیات یادشده، خداوند نظر قاطع خود را درباره حجاب بیان، و حدود و مصداق های آن را به روشنی مشخص و زنان و مردان را به حفظ و رعایت آن حدود، امر کرده است.

۱- [۱] . «حجاب در قرآن و عهدین»، ص۱۴۲.

۲- [۲] . تفسیر المیزان، ج۱۶، ص ۳۰۹.

۳- [۳] . جواد فاضل، مسالک الافهام الی آیات الاحکام، ج۳، ص۲۸۸.

بدحجابی و پوشش های نامناسب زنان

«بـد» از نظر لغوی، به معنای زشت و ناپسـند و متضاد خوب است. بـدحجابی، یعنی مطلوب نبودن حجاب و منطبق نبودن آن با معیارهـای اسـلامی؛ به عبـارت دیگر، مناسب نبودن پوشـش و حجاب و رعایت نشـدن حـدود آن. بـدحجابی در تعریف دین، طیف گسترده ای از رفتارها را دربرمی گیرد؛ مثل پوشـش اندام، دوخت لباس، جنس و رنگ لباس، شـیوه گفتار و نگاه، طنین صـدا، نوع راه رفتن، نمـایش زیورآلاـت، آرایش کردن و حتی اسـتفاده از مواد خوشـبوکننده، ولی مصـداق بارز آن، نداشـتن پوشـش مناسب است؛ پوششـی که برگرفته از فرهنگ قرآن و همسو با انتظارهای جامعه اسـلامی باشد و موجب ترویج فساد و هتـک عفت عمومی نشود. ازاین رو، پوشـیدن لباس های تنگ و تحریک کننـده و بـدن نما، یا آشـکار کردن قسـمت هایی از بدن که باید پوشیده شود، و نشان دادن قسمت های آرایش شده، از نمادهای بدحجابی است.(۱)

بنابراین، شایسته است زنان و دختران با رفتار و پوشش مناسب، مطابق معیارها و مؤلفه های فرهنگ دینی و قرآنی، در جامعه و محیط های کاری و تحصـیلی ظاهر شوند. در یک کلام، در برابر نامحرمان با زیبایی های معنوی و هویت انسانی حاضر شوند، نه با هویت زنانگی.

چنان که بیان شد، حجاب فقط امری زنانه نیست و از باب غلبه، به آن حجاب زن گفته می شود. بنابراین، هم زنان و هم مردان در رعـایت پوشـش و رفتـار خود در جامعه و حریم عمومی، مسـئولیت دارنـد و پدیـده سـرپیچی از معیارهای عفت در جامعه، معلول رفتارهای هر دو است.

«بـد» از نظر لغوی، به معنای زشت و ناپسـند و متضاد خوب است. بـدحجابی، یعنی مطلوب نبودن حجاب و منطبق نبودن آن با معیارهـای اسـلامی؛ به عبـارت دیگر، مناسب نبودن پوشـش و حجاب و رعایت نشـدن حـدود آن. بـدحجابی در تعریف دین، طیف گسترده ای از رفتارها را دربرمی گیرد؛ مثل پوشـش اندام، دوخت لباس، جنس و رنگ لباس، شـیوه گفتار و نگاه، طنین صـدا، نوع راه رفتن، نمـایش زیورآلاـت، آرایش کردن و حتی اسـتفاده از مواد خوشـبوکننده، ولی مصـداق بارز آن، نداشـتن پوشـش مناسب است؛ پوششـی که برگرفته از فرهنگ قرآن و همسو با انتظارهای جامعه اسـلامی باشد و موجب ترویج فساد و هتـک عفت عمومی نشود. ازاین رو، پوشـیدن لباس های تنگ و تحریک کننـده و بـدن نما، یا آشـکار کردن قسـمت هایی از بدن که باید پوشیده شود، و نشان دادن قسمت های آرایش شده، از نمادهای بدحجابی است.(۲)

بنابراین، شایسته است زنان و دختران با رفتار و پوشش مناسب، مطابق معیارها و مؤلفه های فرهنگ دینی و قرآنی، در جامعه و محیط های کاری و تحصـیلی ظاهر شوند. در یک کلام، در برابر نامحرمان با زیبایی های معنوی و هویت انسانی حاضر شوند، نه با هویت زنانگی.

چنان که بیان شد، حجاب فقط امری زنانه نیست و از باب غلبه، به آن حجاب زن گفته می شود. بنابراین، هم زنان و هم مردان در رعـایت پوشـش و رفتـار خود در جامعه و حریم عمومی، مسـئولیت دارنـد و پدیـده سـرپیچی از معیارهای عفت در جامعه، معلول رفتارهای هر دو است.

۱- [۱] . مهدی رستم نژاد، «پدیده بدحجابی و ریشه های آن»، فصلنامه تخصصی طهورا، سال سوم، شماره ۵، ص۱۰۷.

۲- [۱] . مهدی رستم نژاد، «پدیده بدحجابی و ریشه های آن»، فصلنامه تخصصی طهورا، سال سوم، شماره ۵، ص۱۰۷.

ازاین رو، واژه «بدحجابی» در این پژوهش، رفتارها و پوشش های نامناسب مردان را نیز دربرمی گیرد.

پوشش های نامناسب مردان

مردان برخلاف زنان، از ظرافت و دلربایی و جاذبه های شدید جنسی که بر اساس حکمت الهی در وجود زنان نهاده شده، برخوردار نیستند و از آنجا که پوشیدگی بدن بر اساس آثار وجودی آن است، حجاب کامل بدن بر مردان تشریع نشده،(۱) ولی به آنها نیز عفت ورزی در نگاه به نامحرم، پوشیدن لباس های ساده و داشتن ظاهری آراسته و مرتب و باوقار و متین سفارش شده است. بنابراین، پوشیدن لباس های مبتذل و نامناسب، نازک و بدن نما، مانند شلوار های تنگ و چسبان و پاره و حضور در جامعه با ظاهری نامتعارف، از مصداق های بدپوشی مردان به شمار می رود. در آموزه های اسلامی، پوشیدن برخی لباس ها بر مردان حرام شده؛ زیرا برخی لباس ها به دلیل رنگ، نقش، مدل یا اندازه خاصی که دارند، ممکن است شهوت جنس مخالف را برانگیزند. امام علی۷ می فرماید: «عَلَیکُم بِالضِیقِ مِن الثِّیابِ فَإِنَّ مَنْ رَقَّ ثَوْبُهُ رَقَّ دِینُهُ؛ به پوشیدن لباس های ضخیم ملتزم باشید. (لباس نباید بدن نما و نازک باشد.) کسی که لباسش نازک باشد، دینش نیز نازک و ضعیف است.»(۲) برخی مصداق های بدپوشی و پوشش نامناسب مردان، از این قرار است:

_ استفاده از لباس های تنگ با آستین های بسیار کوتاه؛

_ استفاده از پوشش های ضد فرهنگی و لباس های نماد شیطان پرستی؛

۱- [۱] . محمدرضا اکبری، تحلیل نو و عملی حجاب در عصر حاضر، صص ۵۰ _ ۵۲.

۲- [۲] . بحارالانوار، ج۸۳، ص۱۸۴.

ـ لباس هایی با نشانه ها و تصاویر و عبارت های زشت، وسوسه انگیز و ناشایست یا تبلیغات ضد فرهنگ دینی و توهین به مقدسات؛

ـ شنا کردن با بدن برهنه در مقابل زنان نامحرم و... .

نهادینه سازی

«نهادینه سازی» از اصطلاحات علم جامعه شناسی است که بیشتر، از آن به نهادینه شدن(۱) تعبیر می شود. نهادینه شدن امری اجتماعی است؛ یعنی امری در متن و عمق جامعه، درونی شود و با تأیید و مقبولیت آن، افراد جامعه آن را به عنوان ارزش اجتماعی و هویت جمعی به رسمیت بشناسند(۲) و بر اساس آن رفتار کنند.

رفتارها هنگامی نهادینه می شوند که عاملان آن رفتارها، به مجموعه ای از معیارها و هنجارها و الگوهایی مشترک از ارزش ها، اعتقاد داشته باشند و در انجام آن رفتارها، به طور مستقیم به آن هنجارها و الگوهای ارزشی متوسل شوند. بنابراین، هر اندازه که پیروی از هنجارها و الگوهای مشترکِ ارزشی، بیشتر باشد، آن روابط و اعمال بیشتر نهادینه می شود.(۳) نهادینه کردن یک ارزش و رفتار ارزشی، در نخستین گام، تغییر در الگوهای موجودِ نگرش ها، ارزش ها و رفتارها را (دست کم در عده ای از افراد جامعه) ایجاب می کند. به بیان دیگر، نخست باید الگوی روابط اجتماعی را تغییر داد. هر نوع رابطه و رفتار جمعی و گروهی، خاستگاه فردی دارد؛ زیرا رفتار از فرد سر می زند و

۱- [۱] . Institutionalization.

۲- [۲] . منصور قناداں و همکاران، جامعه شناسی(مفاهیم کلیدی)، ص۱۲۷.

۳- [۳] . سیاوش گلابی، اصول و مبانی جامعه شناسی، ص ۹۹ .

بروز می کنـد و شـبکه روابط گروهی یا جمعی نیز حاصل و برآینـد رفتارهای برآمده از تک تک افراد است. بنابراین، نهادینه کردن به مفهوم جای گزین کردن و تثبیت شـبکه ای جدید و نوعی جدید از الگوهای ارزشی و رفتاری در جامعه، از فرد آغاز می شود و به سطح گروهی و اجتماعی راه می یابد.

جامعه شـناسان، نهادینه شـدن را نوعی فراینـد می داننـد که طی آن، اَشـکال منظم، بادوام و تا حـد زیادی پیش بینی شـده، در کنش متقابـل توسـعه می یابـد. این فراینـد بـا شـروع پـذیرش هنجارها و انتظارات نقش ها توسط افراد، که از طریق گروه های متفاوت از آنها خواسـته می شود، صورت می گیرد.(۱) بر اساس این تعریف، نهادینه سازی حجاب در جامعه، به این معناسـت که بتوان این قاعده رفتاری را به صورت منظم و بادوام در جامعه گسترش داد، به گونه ای که در متن و عمق جامعه تأیید شود و افراد جامعه، ارزش ها و مقررات مربوط به آن را به رسمیت بشناسند.

نهادینه سازی عفاف و حجاب در جامعه، فراهم کردن زمینه هایی است که موجب پایـداری، ثبات، تداوم و گسترش رفتارهای مطلوب پوششی و معاشرتی در جامعه می شوند.

با بررسـی مسـئله بـدحجابی پس از انقلاب اسـلامی، درمی یابیم که پرداختن به مسـئله حجاب، در طول سالیان متمادی پس از پیروزی انقلاب، دچار افراط و تفریط های فراوان شده و خط مشـی اصولی و بلندمدتی بر این مسـئله حاکم نبوده است. امروزه نیز در کشور، خط

۱- [۱] . حمید خضرنجات، مفاهیم جامعه شناسی، ص ۸۱.

مشـی روشن، روشمند و اجراپذیر در این زمینه وجود ندارد و افزون بر این، برخی نهادهای فرهنگی و اجتماعی کشور، به ویژه برخی رسانه های جمعی، خواسته یا ناخواسته به وضعیت بدحجابی دامن می زنند.

بـا این حـال، اکثر مسـئولان در زمینه عفاف و حجاب، به لزوم فرهنگ سازی در این زمینه معتقدنـد و هرگاه مسـئله بـدحجابی مطرح شـده، عـده ای نسـخه برخـورد فیزیکی را تجـویز کرده و مخالفـان آن نیز لزوم اجرای فعـالیت هـای فرهنگی و حلّ این مشکل را از راه اصلاح فرهنگ گوشزد کرده اند.(۱)

به نظر می رسد با توجه به آنکه عوامل گوناگونی (عوامل فردی، خانوادگی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسـی) در بروز بدحجابی در جـامعه مـا نقش دارد، نهادهـای فرهنگی و اجتماعی بایـد به صورت برنامه ریزی شـده و درون سازمانی، به بهبود وضـعیت عفـاف و حجـاب بپردازنـد و در عین حال، بر اساس سـیاست های کلان کشور، با روش های گوناگون، متولی و پیگیر نهادینه سازی حجاب در میان دیگر نهادهای جامعه باشند.

هـدف این پژوهش، آن است که بـا پیشـنهاد دادن الگوهـا و روش های گوناگون برنامه ای و محتوایی به رسانه ملی، به عنوان یکی از کلیدی ترین نهادها و سازمان های فرهنگ ساز، این رسانه را در رسیدن به این هدف یاری رساند.

۱- [۱] . نک: مجیـد مختاریان پور و اسـدالله گنجعلی، «نهادی سازی عفاف و حجاب در جامعه؛ رویکردی فرایندی»، فصـلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره چهارم، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۰، ص۱۱۸.

رسانه

تعریف رسانه

رسانه به معنای عام و فراگیر، ابزار ذخیره و انتقال پیام است. در اصطلاح دقیق تر علمی و حرفه ای، رسانه، وسیله انتقال اطلاعات، عقاید، افکار و ایده های فرد و جامعه است.(۱) بر اساس این تعریف، رسانه می تواند از نوع انسانی، سازمانی یا تکنولوژیک باشد. زبان نیز نوعی رسانه است. همچنین، مدرسه و دانشگاه، رسانه های جمعی، از مطبوعات گرفته تا تلگراف، تلفن، رادیو، اینترنت و تلویزیون، نوعی رسانه است.

رویکردها

در بررسی رسانه ها، دو رویکرد کلی به رسانه وجود دارد: بازنمایی؛(۲) شکل دهی.(۳)

در رویکرد بازنمایی، این باور مطرح است که رسانه ها در حال بازنمایی واقعیت های جامعه هستند و تصویری نسبی از واقعیت های جامعه در رسانه قابل بازیابی است. بر اساس نظریه بازتاب،(۴) رسانه ها آینه تمام نمای جامعه هستند و ارزش ها و معانی جامعه را منعکس می کنند. از این دیدگاه، رسانه ها در حقیقت، منعکس کننده واقعیت ها هستند. آنها در مقام ساز و کارهای کنترل اجتماعی، میراث جامعه را منتقل می کنند تا افزون بر حفظ انسجام و یکپارچگی و نظم، ارزش های

تعریف رسانه

رسانه به معنای عام و فراگیر، ابزار ذخیره و انتقال پیام است. در اصطلاح دقیق تر علمی و حرفه ای، رسانه، وسیله انتقال اطلاعات، عقاید، افکار و ایده های فرد و جامعه است.(۵) بر اساس این تعریف، رسانه می تواند از نوع انسانی، سازمانی یا تکنولوژیک باشد. زبان نیز نوعی رسانه است. همچنین، مدرسه و دانشگاه، رسانه های جمعی، از مطبوعات گرفته تا تلگراف، تلفن، رادیو، اینترنت و تلویزیون، نوعی رسانه است.

رویکردها

در بررسی رسانه ها، دو رویکرد کلی به رسانه وجود دارد: بازنمایی؛(۶) شکل دهی.(۷)

در رویکرد بازنمایی، این باور مطرح است که رسانه ها در حال بازنمایی واقعیت های جامعه هستند و تصویری نسبی از واقعیت های جامعه در رسانه قابل بازیابی است. بر اساس نظریه بازتاب،(۸) رسانه ها آینه تمام نمای جامعه هستند و ارزش ها و معانی جامعه را منعکس می کنند. از این دیدگاه، رسانه ها در حقیقت، منعکس کننده واقعیت ها هستند. آنها در مقام ساز و کارهای کنترل اجتماعی، میراث جامعه را منتقل می کنند تا افزون بر حفظ انسجام و یکپارچگی و نظم، ارزش های

ص:۳۱

۱- [۱] . فاطمه فراهانی، توسعه فرهنگی و رسانه ملی، ص۱۳۳.

۲- [۲] . representation.

۳- [۳] . shaping.

۴- [۴] . reflection.

۵- [۱] . فاطمه فراهانی، توسعه فرهنگی و رسانه ملی، ص۱۳۳.

۶- [۲] . representation.

۷- [۳] . shaping.

۸- [۴] . reflection.

مسلط جامعه را از نسلی به نسل بعد انتقال دهند.(۱) بر این اساس، رسانه ها از جامعه تأثیر می پذیرند. گفتنی است نظریه پردازان بر این دیدگاه، درباره رسانه، انتقاد کرده اند. منتقدان نظریه بازتاب، در برابر این نظریه، مفهوم بازنمایی و قدرت رسانه ها در بازنمایی را مطرح کرده اند.

بازنمایی؛ یعنی تجسم تصاویر ذهنی. بازنمایی، برخلاف بازتاب است. بازتاب به معنای ارتباط مستقیم میان پدیده های دنیای واقعی (وقایع، آدم ها و اشیاء) و شکل ظاهری آنها در متن (کلام، نوشته، عکس، فیلم و ...) است.

بازنمایی، از نوعی فرایند تعبیر و تفسیر حکایت می کند. بنابراین، نوعی دگردیسی و دستکاری در بازنمایی اجتناب ناپذیر است. حتی عکس نیز بازتاب صرف نیست، بلکه بازنمایی دو بعدی از واقعیت است که افراد، بسته به خاستگاه و پایگاه اجتماعی خود، آن را تعبیر و تفسیر می کنند.(۲) بنابراین، بررسی این مسئله، در تحقیق حاضر مطرح می شود که آنچه رسانه از فرهنگ عفاف و حجاب جامعه بازنمایی می کند، تا چه حد به واقعیت نزدیک است؟

در رویکرد شکل دهی، باور بر آن است که رسانه افزون بر بازنمایی، به صورت غیرمستقیم در حال شکل دهی به آن نیز هست. این نظریه، برخاسته از رویکرد روان شناسی اجتماعی است و درباره فرایند جامعه پذیری، بیشتر مطرح است. این بدان معناست که رفتارهای اجتماعی و نگرش های

۱- [۱] . ون زونن، «رویکردهای فمینیستی به رسانه ها»، ترجمه: محمدرضا حسن زاده، حسن رئیس زاده، فصلنامه رسانه، ۱۳۸۲، شماره اول، ص۱۹۸، به نقل از: فرسلون، ۱۳۸۳، ص۲۹.

۲- [۲] . منیژه نجم عراقی و دیگران، زن و سینما؛ سلسله پژوهش های نظری درباره مسائل زنان، ص۱۰۷.

اجتماعی، در یک فرایند ترکیبی، از اشخاص برجسته پیرامونی، گروه های مرجع و قدرت های فرهنگی، از جمله رسانه ها آموخته می شوند.(۱)

کارکردهای گسترده رسانه در دنیای ارتباطات و اثرگذاری آن بر مخاطب، اهمیت بسیاری دارد. مخاطب هشیار، سطح انتظار بالایی از رسانه دارد. ساخت و تبلیغ مفاهیم غنی دینی و فرهنگی، به نوآوری برنامه سازان نیاز دارد. حال این پرسش مطرح است که برنامه سازان رسانه ملی، چگونه حقیقت فرهنگ عفاف و حجاب را در جامعه منعکس می کنند و مدیریت فرهنگی رسانه ملی، در فرایند انتقال نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب، چه نقشی ایفا می کند؟

با توجه به رویکردهای مطرح شده، به نظر می رسد وظیفه رسانه ملی این نیست که وضعیت جامعه و عرف های اجتماعی نامطلوب از پدیده بدحجابی را به عنوان فرهنگ مقبول جامعه، در برنامه ها بازنمایی کند؛ بلکه باید افزون بر به چالش کشیدن وضعیت پدیدآمده، در مسیر فرهنگ سازی و شکل دهی به درونی و نهادینه شدن حقیقت وجودی فرهنگ عفاف و حجاب، گام های اساسی بردارد. با توجه به اینکه منظور پژوهش حاضر از رسانه، رسانه ملی (تلویزیون) است، لازم است مفهوم آن، به اختصار بررسی شود.

تعریف تلویزیون

متخصصان ارتباطات، درباره مفهوم تلویزیون، تعاریف متعددی بیان کرده اند. تلویزیون، پرمخاطب ترین رسانه در جهان است و آمار این مخاطبان، در ایران به مراتب بیشتر است. این تنوع و کثرت مخاطب، به دلیل وجود

۱- [۱] . مارگارات گالاگر، زن و صنایع فرهنگی، مانعی بر سر راه آینده فرهنگ، ترجمه: مهرداد وحدتی، ص۱۶۸.

هم زمان صدا و تصویر است؛ زیرا تلویزیون، تکنیک های گوناگون رادیو، سینما و روزنامه را در خود جمع و از آنها بهره برداری می کند.(۱)

تلویزیون به دلیل توانمندی در نمایش محتوای زندگی گونه، بیش از دیگر رسانه ها استفاده می شود؛ تا اندازه ای که به قول مک لوهان، گویی تماشاگر، صحنه تلویزیون را با چشمان خود لمس می کند.(۲)

مارتین اسلین، تلویزیون را رسانه ای نمایشی و روایی می داند و می گوید:

تلویزیون در آشکارترین سطح، رسانه ای نمایشی است؛ به این دلیل ساده که بخش عمده مواردی را که انتقال می دهد، در قالب نمایش، سنت تقلید یا بازیگران و بهره گیری از طرح، گفت وگو، شخصیت، حرکات، سکنات و لباس؛ یعنی یال و کوپال تمام عیار بیان نمایش ارائه می کند.(۳)

با این حال، تلویزیون، رسانه ای است که امکان استفاده هم زمان از محتوای دیداری و شنیداری را برای تعداد بی شماری از افراد فراهم می کند و این توانایی را دارد که مردم، رویدادها، مکان ها، فرهنگ ها و هرگونه اطلاعاتی را در قالب دیداری و شنیداری، به ما نشان دهد.

آنچه ما بر صفحه تلویزیون می بینیم، نمایی از دنیایی است که شاید امکان مشاهده و تجربه مستقیم آن وجود ندارد؛ یعنی بینندگان تلویزیون، دنیا و وقایع آن را از دریچه تلویزیون درک می کنند، چنان که در لغت نیز واژه تلویزیون به معنای تماشای بافاصله است.

ص:۳۴

۱- [۱] . بشیر معتمدنژاد، نظام تولید برنامه های دینی تلویزیون در سازمان صدا و سیما، ص۲۰۱.
۲- [۲] . ژان کازنو، جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی، ترجمه: باقر ساروخانی و منوچهر محسنی، ص۲۰۱.
۳- [۳] . آرتور آسا برگر(Asa berger)، روایت در فرهنگ عامه، رسانه و زندگی روزمره، ترجمه: محمدرضا لیراوی، ص۵۲.

فصل دوم: یافته های تحقیق

بررسی وضعیت فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه

ص:۳۵

ـ وضعیت عفاف و حجاب را در جامعه امروز ایران، چگونه ارزیابی می کنید؟

ـ حجت الاسلام والمسلمین دکتر مسعود آذربایجانی:(۱) وضعیت حجاب را نسبت به سه ملاک می توان ارزیابی کرد:

پس از انقلاب، پیشرفت هایی در زمینه هایی داشته ایم، اما در برخی قسمت ها هم مشکلاتی جدی داشته ایم.

اگر وضعیت حجاب را نسبت به وضعیت جهان نیز مقایسه کنیم، صرف نظر از شهرهای بزرگ، وضعیت ما از جهاتی، نسبتاً خوب است، اما در مقایسه با شهرهای بزرگ، وضعیت ما قابل قبول نیست و باید در کارهایی که انجام داده ایم، مشکلات را برطرف کنیم.

سنجش مهم تر، وضعیت حجاب نسبت به وضعیت مطلوب است. وقتی وضعیت مطلوب را در نظر بگیریم، بی شک، از وضعیت کنونی ناراضی خواهیم بود؛ چه از لحاظ کمّی و چه از لحاظ کیفی و آگاهی بخشی.

ـ خانم لعیا اعتمادسعید:(۲) شرایط عفاف و عفاف و حجاب در جامعه

ـ وضعیت عفاف و حجاب را در جامعه امروز ایران، چگونه ارزیابی می کنید؟

ـ حجت الاسلام والمسلمین دکتر مسعود آذربایجانی:(۳) وضعیت حجاب را نسبت به سه ملاک می توان ارزیابی کرد:

پس از انقلاب، پیشرفت هایی در زمینه هایی داشته ایم، اما در برخی قسمت ها هم مشکلاتی جدی داشته ایم.

اگر وضعیت حجاب را نسبت به وضعیت جهان نیز مقایسه کنیم، صرف نظر از شهرهای بزرگ، وضعیت ما از جهاتی، نسبتاً خوب است، اما در مقایسه با شهرهای بزرگ، وضعیت ما قابل قبول نیست و باید در کارهایی که انجام داده ایم، مشکلات را برطرف کنیم.

سنجش مهم تر، وضعیت حجاب نسبت به وضعیت مطلوب است. وقتی وضعیت مطلوب را در نظر بگیریم، بی شک، از وضعیت کنونی ناراضی خواهیم بود؛ چه از لحاظ کمّی و چه از لحاظ کیفی و آگاهی بخشی.

ـ خانم لعیا اعتمادسعید:(۴) شرایط عفاف و عفاف و حجاب در جامعه

ص:۳۷

۱- [۱] . عضو هیئت علمی پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.

۲- [۲] . پژوهشگر و فعال فرهنگی.

۳- [۱] . عضو هیئت علمی پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.

۴- [۲] . پژوهشگر و فعال فرهنگی.

امروز، در مقایسه با حملاتی که به آن صورت می گیرد، خیلی هم خوب است. کارهای به اصطلاح فرهنگی که در عرصه عفاف و حجاب در کشور صورت می گیرد، همین که به بی حجابی منجر نشود، بهترین نتیجه را داشته است. به قول یکی از استادان، ما سال ها بدون تشخیص بیماری دست به درمان زده ایم. اگر تا به حال مریضمان بر اثر درمان غلط و تشخیص ندادن بیماری، زنده مانده، معجزه بوده است وگرنه این مریض سال ها پیش می بایست جان می داد.

ـ دکتر مریم حاج عبدالباقی:(۱) هدفی که ما از عفاف و حجاب داشتیم، در جامعه تا حدودی دگرگون شده است. هدف از حجاب این بود که نحوه پوشش و رفتار زنان تحریک کننده نباشد، ولی نتیجه ای که از پوشش و حجاب در نظر بود، به دست نیامد؛ زیرا در کنار پوشش، تبرج و زینت برقرار است.

ـ حجت الاسلام و المسلمین دکتر کریم خان محمدی:(۲) مسئله حجاب در مناطق مختلف ایران متفاوت است. در شهرستان ها مشکلی نداریم. در مناطق روستایی نیز حجاب به صورت سنتی رعایت می شود. مشکل در شهرهای بزرگ است. در تهران، ما با پدیده بدحجابی روبه رو هستیم. پدیده بی حجابی در ایران وجود ندارد، بلکه معضل، بدحجابی است. البته به لحاظ عفاف، شاخصه فقط ستر و پوشش نیست. برخی مؤلفه ها حکایت از این دارد که در این زمینه، مشکلات و مسائلی داریم. در

ص:۳۸

۱- [۱] . عضو هئیت علمی دانشگاه آزاد اسلامی تهران شمال.

۲- [۲] . عضو هئیت علمی دانشگاه باقرالعلوم ۷ .

مقایسه با دیگر کشورها، ایران از عفیف ترین کشورهاست و حتی در میان کشورهای اسلامی نیز برتر است. در عین حال، ما با آن الگوی مطلوب عفاف و حجاب اسلامی، فاصله داریم.

ـ با توجه به اینکه سخن را با بحث حجاب آغاز کردید، آیا رویکرد شما درباره وضعیت جامعه فعلی و عفاف اجتماعی، به سمت بانوان گرایش دارد؟

خیر. رویکرد من لزوماً بر بانوان نیست. ما بیشتر حجاب بانوان را در ایران مطرح کرده ایم. پژوهش های صورت گرفته نیز، تصویرسازی از زنان در رسانه های ملی است. در برخی از دوره ها به مردها زیاد توجه و از زنان غفلت می شد. اکنون نیز تحت تأثیر فمینیسم، به زنان بیشتر توجه می شود. بنابراین، عفاف و حجاب، هم برای مرد است و هم برای زن؛ ولی حدودش فرق می کند.

ـ حجت الاسلام و المسلمین محمدرضا زیبایی نژاد:(۱) موضوع حجاب را باید در شبکه ای از موضوعات به هم مرتبط، هم در مقیاس جهانی و هم منطقه‌ای، تحلیل کنیم. تحولات جهانی از دهه ۱۹۶۰ قابل پیگیری است. در این دهه، وارد فضای پست مدرن و رسانه ای می شویم و جنبش های اجتماعی و انقلاب جنسی در غرب اتفاق می افتد. این تحولات با هم مرتبط است. به تعبیر دیگر، نظام سرمایه داری یا جامعه مدرن، وارد عصر جدیدی شد و گفتمان فردگرایی؛ یعنی شادکامی فردی، توسعه و تسلط یافت. در ذیل این گفتمان، مطالبه‌ای به عنوان آزادی در جامعه به وجود

۱-[۱] رئیس دفتر مطالعات و تحقیقات زنان حوزه علمیه قم .

آمد که بر حق تسلط بر بدن نیز تطبیق می شود؛ یعنی انسان باید آزاد باشد تا هرگونه که بخواهد، برای بدن خود برنامه ریزی کند. در کشور ما نیز تحت تأثیر جریان جهانی، در پنجاه سال اخیر این تحول پدید آمده است؛ البته انقلاب اسلامی در یک مقطع زمانی ـ مثلاً حدود یک دهه ـ این جریان را کُند یا معکوس کرد، ولی از دهه ۱۳۷۰ دوباره تحت تأثیر همین جریان قرار گرفتیم. هرچه این جریان جهانی در جامعه ما بیشتر تقویت شود، تمایل به متنوع پوشی و نمایش دادن بدن، به صورت یک مطالبه جدی تر درمی آید.

امروزه انتخاب پوشش در حال تبدیل شدن به یک مطالبه اجتماعی است. اگر مانند روان شناسی اجتماعی ذهنیت جامعه را بکاویم و صادقانه با مردم صحبت کنیم، می گویند پوشش، حق ماست. در کشورهایی که توسعه فردگرایی در آنها بیشتر از جامعه ماست، وضع پوشش به گونه ای است که شخص می تواند بدترین پوشش ها را به عنوان یک حق انتخاب داشته باشد.

در جامعه ما نیز این تحول در حال روی دادن است و تصور مردم درباره پوشش، از بحث تعهد اجتماعی، به سمت شخصی بودن پوشش می رود. اگر بیست سال قبل کسی را امر به معروف و نهی از منکر می کردید، وضعیت خود را اصلاح می کرد، اما اکنون به شما معترض و متعرض می شود که چرا در مورد پوشش شخصی او دخالت می کنید. جامعه، دیگر حالت مولکولی ندارد و اتم های آن به همدیگر پیوسته نیستند. سرنوشت افراد به هم گره نخورده است و احساس نمی کنند که همه مسافر یک کشتی هستند. البته بررسی آماری تحول در وضعیت حجاب را باید از شورای فرهنگی عمومی پرسید. آنها پژوهش های

آماری انجام می دهند و هر سال وضعیت پوشش را با سال قبل مقایسه و سپس اعلام می کنند که در کجا در حال بهبود بوده و در کجا پس رفت داشته است؛ حتی استان های کشور را با یکدیگر مقایسه می کنند.

حدود هفتاد سال پیش، اگر شخص بی حجابی را در جامعه می دیدید، به یقین می دانستید که مذهبی نیست؛ یعنی در جنبه های دیگر زندگی اش نیز وجوب شرعی را رعایت نمی کند؛ ولی امروزه اگر کسی را ببینیم که حدود شرعی را در پوشش، رعایت نمی کند، نمی توانیم بگوییم که در دیگر ابعاد زندگی نیز متدین نیست. وضعیت پوشش در جامعه امروز را باید با مختصات فضای دهه ۱۹۶۰ مقایسه کنیم که وارد فضای پست مدرن شده ایم. از ویژگی های فضای پست مدرن، بی قاعدگی و چهل تکه بودن است. هویت چهل تکه؛ یعنی اینکه از فضاها و فرهنگ های مختلف، عناصری را برداریم و به یکدیگر بچسبانیم و احساس تنافر و تضاد نکنیم. این وضعیت را در رفتارها و در سبک زندگی مردم می بینیم؛ یعنی شخص به مسجد می آید، ماهواره هم می بیند، به نماز جماعت می رود، ولی بی حجاب است. پوشش برای این فرد، بیشتر هویتی است تا جنسی؛ یعنی با پوشش می خواهد پُز اجتماعی بدهد، نه اینکه جلب توجه جنسی کند.

مسئله امروز، هویت یابی و هویت نمایی در جامعه است. کسی که هویت خود را با این مسائل گره می زند، باید روان شناسی کرد که در چه فضای معنایی زندگی می کند. موانع و حساسیت هایی که در جامعه گسترش پیدا می کند، چیست؟ اینها می تواند مُعرف بحث پوشش برای ما باشد.

یکی از هنرهایی که ما باید داشته باشیم، این است که عزت اجتماعی را به سمتی هدایت کنیم که شرع می پسندد. خداوند در قرآن می فرماید: «وَلَكِنَّ اللَّهَ حَبَّبَ إِلَيْكُمُ الْإِيمَانَ وَزَيَّنَهُ فِي قُلُوبِكُمْ وَكَرَّهَ إِلَيْكُمْ الْكُفْرَ وَالْفُسُوقَ وَالْعِصْيَانَ»؛

یعنی همه مردم جزو خواص نیستند و بیشتر آنها سیاهی لشکرند. اگر جریان مثبتی آنان را مدیریت کرد، با آن می روند. چنان که جریان دفاع مقدس، بسیاری از بچه های کوچه و خیابان را متحول کرد و به جبهه برد و از آنان انسان های واقعی ساخت، تا آنجا که بعضی از آنان نیز به مقام شهادت رسیدند. به این ترتیب، دفاع مقدس، ارزش های اجتماعی را دگرگون کرد. وقتی نظامی، نتواند ارزش ها را تحکیم بخشد، ارزش های دیگری بر جامعه مسلط می شوند و حجاب را به سمت دیگری می برند.

ـ دکتر سید حسین شرف الدین:(۱) اگر مشاهدات عادی و شخصی و گزارش های موردی، مبنای داوری باشد، فاصله میان وضع کنونی با وضع مطلوب، به صورت مستمر در حال افزایش است. البته قضاوت و داوری عام درباره پدیده ای همچون عفاف و حجاب که شکل ها و صورت های عینی متنوع و در اقلیم های فرهنگی مختلف کشور جلوه های گوناگونی دارد، چندان آسان نخواهد بود. اضافه کردن عفاف در کنار حجاب نیز به دلیل کثرت جلوه ها و مظاهر و تا حدی دخالت ذهنیات در تعریف و ارزیابی کمّ و کیف آن، این داوری را مشکل تر می کند. بی شک، تبیین و فهم چرایی این موضوع، به توصیف دقیق وضع کنونی و رصد هوشمندانه روندهای جاری نیازمند است. آنچه مسلّم است، تغییر الگوی پوشش و ظهور پدیده موسوم به «بدحجابی» یا در شکل حاد آن «بی حجابی»، به عنوان یکی از مظاهر عینی تغییر اجتماعی، از وقوع تغییر در برخی عناصر زیرساختی ذهنی (بینش ها، ارزش ها، نگرش ها، الگوها، حساسیت ها، ترجیحات و انتظارها) و عینی

۱- [۱] . دانش آموخته حوزه علمیه قم و عضو هیئت علمی مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی = .

(قواعد، عادت ها، سبک های زیستی، ترجیحات و مطالبات جمعی، فشارهای ساختی، الزامات محیطی، ضرورت های کارکردی و...) حکایت دارد. یکی از مشکلات عموم پژوهشگران در بررسی جامعه شناختی مسائل و آسیب های فرهنگی ــ اجتماعی کشور همچون بدحجابی یا ضعف عفاف و حیا، نداشتن اطلاعات و گزارش های دقیق از وضع کنونی و کمّ و کیف روندهای جاری است. این گونه اطلاعات، به ویژه اگر روزآمد باشد و از رهگذر پژوهش و رصد محققانه واقعیت های محیط به دست آمده باشد، بستر بسیار مهم و بلکه منحصر به فردی برای فرضیه سازی، بیان تحلیل های دقیق، نظریه پردازی، روندشناسی و آینده پژوهی، فراهم خواهد کرد. حجاب، در سطح پوشش ظاهری و متناسب با انتظارات حداقلی فقه، معیار و قاعده مشخص و شاخص کمّی، قابل اندازه گیری اجمالی است، اما در شکل آرمانی آن (شامل رعایت قواعد ظریف فقهی و اخلاقی در مطلق جلوه های نمایشی و ارائه های تزئینی و آرایشی، تعامل های گفتاری و رفتاری، ژست ها و حرکات، فاصله ها و به طورکلی خالی بودن از همه نشانه هایی که پیام جنسی به طرف مقابل مخابره می کند) به دلیل ماهیت غالباً کیفی، شاخص گویایی برای برآورد میزان وجدان و فقدان آن در قلمروهای عینی وجود ندارد.

ــ دکتر ابراهیم شفیعی سروستانی:(۱) در مباحث مربوط به سیاست جنایی و جرم شناسی، جمله معروفی است که می گویند وجود درصدی از جرم در هر جامعه ای طبیعی است، ولی آنچه غیرطبیعی است و باید ایجاد حساسیت کند، میزان افزایش جرم در جامعه است. بر همین اساس، آنچه امروز در وضعیت عفاف و حجاب، جای نگرانی دارد، میزان افزایش

۱- [۱] . دکترای فقه و اصول.

پدیـده بـدحجابی در جـامعه است. البته در حال حاضـر، آمار و اطلاعات دقیقی از وضـعیت عفاف و حجاب در مناطق مختلف کشور در دست نـداریم، ولی بر اساس مشاهـدات اجتماعی خود، می توانیم بگوییم رونـد بدحجابی در جامعه ما رو به افزایش است. هر روز از تعداد زنان و دختران چادری کاسته و بر تعداد دخترانی که از پوشش مانتو استفاده می کنند، افزوده می شود. همچنین هر روز تعداد کسانی که پوشـش ها و آرایش های نامناسب دارند، افزایش می یابد. بدتر از آن، این نوع پوشش ها و آرایش هـا رفته رفته به نوعی هنجـار در جـامعه تبـدیل می شود؛ هنجـاری که کسـی به آن واکنش نشان نمی دهـد و به عنوان پدیده ای طبیعی در جامعه شـناخته می شود. به تدریج، نوع پوشش و آرایش نامناسب، به عرف و هنجار در جامعه تبدیل شده است. رونـد افزایش این پدیـده، موجب نگرانی می شود و می توانـد برای مـا خطرسـاز باشـد. مشـکل فقـط کنار رفتن چادر و جایگزین شدن مانتو نیست؛ مشـکل، سـست شدن حجاب است. فرهنگ عفاف و حجاب، یک نظام معنایی به هم پیوسته است که شامل این موارد می شود:

یک ـ پوشش ظاهری که همه بدن را به جز دست و کفین می پوشاند؛

دو ـ نداشتن تبرج و خودنمایی، آشکار نبودن برجستگی های بدن و دور بودن از هرگونه تحریک جنسی.

افزون بر این، وقتی مـا می گوییم عفـاف، شامل عفاف در رفتار، گفتار و نگاه می شود. این مجموعه، فرهنگ عفاف و حجاب را می سازد. حال ممکن است کسـی هم در ظاهر چادر پوشیده باشد، ولی هیچ یک از ویژگی های یادشده را نداشته باشد؛ نه حد مطلوب پوشش و نه عفاف و پرهیز از خودآرایی و خودنمایی.

ـ دکتر اصغر فهیمی فر:[(۱)] از محوری ترین مفاهیمی که انقلاب اسلامی و فرهنگ دینی با آن ارتباط دارد و از ویژگی های ممیزی فرهنگ اسلامی، بحث عفاف و حجاب است. این دو مفهوم گرچه بسیار با هم مرتبط هستند ولی یک ریشه دارند، ولی تفاوت هایی نیز دارند. عفاف اعم از حجاب است، و حجاب اخص از عفاف است. کسی که عفاف داشته باشد، خود به خود، حجاب نیز دارد، ولی اگر کسی حجاب داشته باشد، لزوماً انسان عفیفی نیست.

در ابتدا باید مبنا را بر عفاف بگذاریم. اگر بتوانیم عفاف را به فرهنگی خودخواسته تبدیل کنیم، نه فرهنگی تحمیلی، خود به خود حجاب نیز فرهنگ خواهد شد. حجاب؛ یعنی پوشش و این، یک بحث فقهی است. زنان و مردان مسلمان باید چارچوب خاص فقهی در حوزه پوشش را رعایت کنند که به آن حجاب می گویند. عفاف، بحث فقهی نیست، ولی حجاب بحث فقهی است. انگیزه های حجاب، فقهی نیست، ولی صورت و مصداق آن، فقهی است و باطن و هویت عفاف اخلاقی است. فرد باید به اخلاق حسنه و ستایش شده آراسته باشد؛ همچنان که در قرآن و در سیره امامان معصوم آمده است.

در کنار بانوانی که از روی اعتقاد، چادر سر می کنند، افرادی هستند که از این چادر سوءاستفاده می کنند. این پوشش، زمانی می تواند مصداق عفاف باشد که فرد پیش از حجاب، نخست عفیف باشد؛ یعنی حجاب، حجاب درونی باشد. این مسئله، مربوط به مصداق بود. مسئله بعدی، این است که عفاف و حجاب فقط شامل ظواهر نیست. بنابراین، عفت یک بحث کاملاً اخلاقی است. یکی از مشکلاتی که داشتیم و الان نیز داریم، این است که گمان می کنیم اگر حجاب را به معنای سطحی آن (یعنی یک پوشش

ص:۴۵

۱- [۱] . عضو هیئت علمی دانشگاه تربیت مدرس.

فیزیکی) حتی به زور در جامعه حاکم کنیم، مشکل حل می شود. فرهنگ و اخلاق، نباید تحمیلی باشد. ازاین رو، باید به شدت کار فرهنگی کنیم و هر سیاستی در این زمینه، اگر بر فرهنگ و تفکر دینی مبتنی نباشد، غلط است و نتیجه نخواهد داد. باید در این زمینه بسیار کار کرد و برنامه ها باید بسیار دقیق باشد تا جامعه، حجاب را به عنوان یک پوشش برتر و پاک بپذیرد.

یکی از مؤلفه های کار فرهنگی، زیباسازی است. انسان ذاتاً زیباخواه است. اگر چادر مصداق زیبایی باشد، چه کسی آن را نمی پذیرد؟ در غرب، از زن سوءاستفاده می شود و ما به این امر آگاهی نداریم. بنابراین، اگر بتوانیم پوششی را طراحی کنیم که حجاب اسلامی در آن محقق شود، اما زیبا باشد، بسیار خوب است.

ـ دکتر نیره قوی:(۱) درباره وضعیت عفاف و حجاب، نگاهی واحد نمی توان داشت. چند گونه نگرش درباره وضعیت کنونی وجود دارد. برخی وضع کنونی را تیره و تار ارزیابی می کنند و می گویند وضعیت حجاب بسیار بد است و همه چیز را از دست رفته می دانند. گروه دوم، برخلاف گروه اول، می گویند وضعیت خوب است. از نظر آنها حتی مشکلی در این زمینه در جامعه وجود ندارد. به نظر بنده، ما باید نگاه آرمان گرایانه و در عین حال واقع بینانه داشته باشیم؛ به این شکل که باید ببینیم، برای رسیدن به بایدهای دینی، در جامعه چه کاستی هایی وجود دارد و آیا جامعه ما به مرحله ای رسیده که دیگر نمی توان بدحجابی آن را درمان کرد؟ اینکه همه چیز را تمام شده بدانیم، نگاهی بسیار بدبینانه و منفی است. در حقیقت، جامعه ما در بحث عفاف و حجاب، مشکلاتی

ص:۴۶

۱- [۱] . عضو هیئت علمی پژوهشگاه فرهنگ و معارف اسلامی.

دارد که روز به روز بیشتر نیز می شود، ولی برای رفع آنها به شکل شعاری می کوشد و تلاش واقع بینانه کمتر صورت می گیرد.

ــ دکتر محمدعلی هرمزی زاده:(۱) وضعیت عفاف و حجاب در جامعه، جزو مسائل نسبی محسوب می شود؛ یعنی نقاط ضعف و نقاط قوتی دارد. این گونه امور به قول منطقیون، جزو امور تشکیکی هستند. اگر جامعه خود را در عفاف و حجاب، با جوامع غربی یا حتی جوامع اسلامی که پیرو فرهنگ غرب هستند، مقایسه کنیم، بی شک، وضع ما بسیار بهتر از آنهاست. اما با وضعیت ایدئال قرآنی بسیار فاصله داریم.

بررسی عوامل ایجاد و تشدید پدیده بدحجابی

ــ چه علل و عواملی را در ایجاد و تشدید وضعیت کنونی عفاف و حجاب در جامعه، مؤثر می دانید؟

ــ دکتر مسعود آذربایجانی: این عوامل به ترتیب اولویت عبارتند از:

۱. ناآگاهی

نخستین عامل، ناآگاهی است. برخی می گویند با کمک مبلّغان، در دوره دبیرستان و مقاطع مختلف آموزشی، آگاهی بخشی کرده ایم، ولی با توجه به تجربه ای که بنده در حدود بیست سال در دانشگاه داشته ام، به نظرم، آگاهی بخشی یا صورت نگرفته یا کافی نبوده است. در فرهنگ و عقاید برخی خانواده ها، حجاب ضرورتی دینی و اسلامی ندارد. ازاین رو، باید برای آنها فلسفه، فواید و کاربرد حجاب را روشن کرد.

۱- [۱] . عضو هیئت علمی دانشگاه صدا و سیما.

۲. عامل اجتماعی و خانوادگی

در سبک زندگی، پوشش، چه در بحث قومیت و چه در بحث فردی، نوعی الگوی رفتاری مبتنی بر ارزش ها و باورهاست. بخش عمده ای از این ارزش ها را افراد از خانواده و اجتماع می آموزند. چون حجاب در جامعه ما به عنوان هنجاری اجتماعی، نهادینه نشده است و درصد قابل توجهی از خانواده های ایرانی، این هنجار را به وجود نیاوردند، حجاب به وضعیت مطلوب نرسیده است.

۳. مسائل سیاسی

نمی توان مسائل سیاسی را نادیده گرفت؛ زیرا نظام جمهوری ما نظامی دینی است و ما در جامعه ای دینی زندگی می کنیم. بخشی از مردم ما به دلایل گوناگون مانند ضعف ها و ناکارآمدی مسئولان در عرصه های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی، از نظام سیاسی جامعه ناراضی هستند و می خواهند نارضایتی خود را به شکلی [به صورت بدحجابی] نشان دهند. در حقیقت، بخشی از نامطلوب بودن وضعیت عفاف و حجاب در جامعه ما، نوعی اعتراض مدنی است. این سخن، مبتنی بر تحقیقاتی است که در دانشگاه تهران و تربیت مدرس صورت گرفته است.

۴. الگوهای رسانه ای

در رسانه ملی و سینما، بحث جدی تر است. افراد دارای شخصیت و جایگاه اجتماعی والا، اغلب حجاب مطلوبی ندارند و حجاب اسلامی حداقلی وجود دارد و افراد چادری (چادر به عنوان حجاب برتر) در فیلم ها و سریال ها به عنوان یک شخصیت برتر به نمایش گذاشته نمی شوند.

ص:۴۸

ـ خانم لعیا اعتمادسعید: یکی از عوامل مهم در ایجاد شرایط کنونی، نشناختن ریشه ها و اصل بیماری است. با گذشت سی و چند سال از پیروزی انقلاب، هنوز نسبت جمهوری اسلامی با مقوله حجاب مشخص نیست. ما نمی دانیم که هدف ما از کار فرهنگی چیست؟ آیا ایدئال ما رعایت حداقل حجاب، هرچند به زور و اجبار است؟ یا رعایت حجاب حداکثری و برداشت صحیح از مفهوم حجاب و شناخت فلسفه آن و در نتیجه رعایت دلخواهانه و آزادانه آن؟ ما در عرصه فرهنگ، فقط به ظواهر پرداخته ایم.

ـ دکتر مریم حاج عبدالباقی: ما در حال حاضر، غرب باور داریم و این شاخه مدام رشد می کند؛ چراکه اولاً این افراد غرب باور، زاد و ولد جسمی و فکری داشتند. از سوی دیگر، غرب نیز بی کار نبوده و افراد را به سوی خود جذب کرده است.

اینترنت و ماهواره ها و تبلیغات گسترده غرب که کنترل آن دشوار است، بی شک، در این نارسایی مؤثرند. با این حال، دیگر کشورهای اسلامی همه به امکاناتی مثل ماهواره و اینترنت، دسترسی دارند، ولی حجاب و پوشش زنان به این اندازه نامناسب نیست. به همین دلیل نتیجه می گیریم که ممکن است قسمتی از روند بدحجابی، به دلیل نارضایتی و مخالفت سیاسی باشد.

ـ دکتر کریم خان محمدی: برخی علل، ساختاری و برخی علل، فرهنگی است و شیوه رویارویی با هرکدام باید متناسب با آن علل باشد. منظور از علل ساختاری، این است که متناسب با تحولاتی که در جامعه رخ

می دهـد، خود را متحول کنیم. در غیر این صورت، فاصـله می افتـد. زن ها گرایشـی به تبرج دارند؛ یعنی دوست دارند زیبایی های خود را نشان دهنـد. خداونـد در قرآن می فرماید: «وَقَرْنَ فِي بُيُوتِكُنَّ وَلَا تَبَرَّجْنَ تَبَرُّجَ الْجَاهِلِيَّةِ الْأُولَى؛ و در خانه های خود بنشـینید و چون زنـان جـاهلیت نخست، خودنمایی نکنیـد.» (احزاب: ۳۳) بـا تـوجه بـه این آیه، انسـانیت در این است که تـبرج نکنیم. از دیگر علل ساختاری، مسئله اشتغال زنان است. در قدیم هم زنان اشتغال داشتند، ولی در خانه کار می کردند؛ در این دوره، زنان در محیط اداره، بانک ها وماننـد آن کنار یک مرد کار می کننـد. محیط کار ایجاب می کند که لباس به گونه ای خاص باشد، ولی دستور اسلام حجاب است.

یکی از علل فرهنگی، تعامل با فرهنگ های بیگانه است. با پیـدایش رسانه ها و گسترش ارتباطات، امکان ارتباط با کشورهای بیگـانه فراهم شـده است. این ابزارهـا زمینه را برای تهـاجم فرهنگی ایجـاد کرده است. کشورهـای غربی الگوهای خود را به ما نشـان می دهنـد و می گوینـد زن، بی حجـاب یا بـدحجاب باشـد، راحت تر است. عـده ای نیز تحت تأثیر این فرهنگ قرار می گیرند.

سؤال فرعی _ نقش وضعیت معیشتی و اقتصادی مردم را در زمینه گرایش به بدحجابی چگونه ارزیابی می کنید؟

از منظر جـامعه شـناختی، بهترین قشـر، طبقه متوسط است. کسـی که بسـیار فقیر است، دین فروشـی می کنـد؛ کسـی که بسـیار ثروتمنـد است سـرمست می شـود و اغلـب، فرزنـدانشان بـدحجاب و ناهنجـار هسـتند. افراد فقیر نیز، بـه دلیـل بی پـولی، به خودفروشی و دزدی و ناهنجاری روی می آورند. پس

به لحاظ تئوریک، بهترین طبقه، قشر متوسط است؛ یعنی کسانی که کار می کننـد و درآمدشان در حد کفاف است. در قرآن نیز آمده است:

وَلَوْ بَسَطَ اللَّهُ الرِّزْقَ لِعِبَادِهِ لَبَغَوْا فِی الْأَرْضِ وَلَکِنْ یُنَزِّلُ بِقَدَرٍ مَا یَشَاءُ إِنَّهُ بِعِبَادِهِ خَبِیرٌ بَصِیرٌ. (شوری: ۲۷)

و اگر خـدا رزق را برای همه بنـدگانش فراخ می کرد، در زمین طغیـان می کردنـد، ولی هرچه را بخواهـد به انـدازه نـازل می کند؛ چراکه از وضع بندگانش باخبر و [به حال آنان] بیناست.

نظر اسـلام این است که ثروت باید در حد کفاف بین همه تقسیم شود؛ یعنی هیچ فقیری در جامعه نباشد. دولت، موظف است حداقل معیشت را برای همه افراد جامعه فراهم کند.

ـ حجت الاسلام و المسلمین محمد رضا زیبایی نژاد: بسیاری از این عوامل، در مقیاس جهانی هستند؛ یعنی ممکن است ما در ایجاد آن نقش فعالی نداشته باشیم و اصلاح وضعیت نیز در اختیار ما نباشد. برای مثال، رسانه‌ای شدن جامعه در مقیاس جهانی اتفاق می افتد. من به برخی عواملی اشاره می کنم که بیشتر در مقیاس جهانی است، ولی در کشور خودمان، مشکلات دیگری نیز داریم.

۱. اولین عامـل فراملی در این زمینه، ورود به عصـر ارتباطـات و از بین رفتن مرزهـاست. در این عصـر، ارتباطات زیاد می شود. برای مثـال، بـا توسـعه وسایـل نقلیه جدیـد، میزان سـفرها زیاد می شود؛ چنان که با گسترش شـبکه های ماهواره ای، ارتباطات رسانه ای و مجازی بسـیار زیاد شـده است. همه اینها نشان می دهد که وارد یک فضای ارتباطی شده ایم. یکی از این فضاهای ارتباطی، در حوزه اقتصادی است که مشاغل یدی

کم شده و مشاغل خدماتی و اداری گسترش پیدا کرده است. در حدود ۸۰ تا ۸۵ درصد مشاغل، اداری هستند. در این مشاغل، عنصر ارتباط مهم است؛ یعنی کسی که جذاب تر باشد و اخلاق ارتباطی بهتری داشته باشد، در جذب مشتری موفق تر است. در فضای ارتباطی، کارفرما به جذب زنان در بازار کار علاقه بیشتری دارد؛ چون هم حقوق کمتری می گیرند، هم مطیع ترند و هم ارتباط قوی تری دارند. بنابراین، همه عوامل دست به دست هم می دهند که زنان را وارد فضای ارتباطات کنند. به این ترتیب، زن برای مشارکت اجتماعی وارد جامعه می شود. وقتی زنان در جامعه اسلامی به مشارکت در ساختارهای اقتصادی و سیاسی دعوت می شوند، با وجود توصیه های اخلاقی به رعایت ضوابط اسلامی، وضعیت ارتباطی زن و مرد چندان مناسب نخواهد بود. توصیه های اخلاقی برای تعدادی مؤثر است، ولی رفتارهای بیشتر مردم، با تأثیر پذیرفتن از ساختارهای جامعه، دگرگون می شود. اینجا بحث اقتضا مطرح است. اقتضا؛ یعنی تعاملات اجتماعی، اقتضائاتی را به همراه دارد. وقتی تعامل زن و مرد زیاد شد، در رابطه جنسی و در عرصه عفاف و پوشش نیز اثر می گذارد. پس عصر ارتباطات، از زمینه هایی است که این مسئله را ایجاد می کند.

۲. ساختارهای اقتصادی و اجتماعی ما بستر رشد فضایل اخلاقی نیست. ما درباره عفاف بسیار صحبت می کنیم، اما برای آن ساختارسازی نمی کنیم.

۳. الگوهای توسعه، عفت زا نیست؛ بلکه از عفت ضرورت زدایی می کند. اگر یک منحنی از وضعیت حجاب ترسیم کنیم، می بینیم در سال ۱۳۵۶ وضعیت حجاب تا نیمه دهه شصت بهتر شده و نیمه دهه شصت کمی افول داشته است. (البته ممکن است این افول، تحت تأثیر ورود

ویدئو به ایران باشد. در این دهه، نیمی از کسانی که تلویزیون داشتند، ویدئو هم داشتند و فیلم های غیر مجاز وارد خانواده می شد که این از آثار رسانه است) اما در اوایل دهه هفتاد، به ویژه از سال ۱۳۷۴، با یک جهش جنسی در جامعه روبه رو می شویم؛ یعنی حیا در جامعه بسیار کم می شود.

بعد از جنگ، وارد برنامه های توسعه شدیم. تحلیل ما این است که برنامه های توسعه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی، از الگوهای توسعه غربی تأثیر گرفته است؛ یعنی مدرن سازی جامعه با ارزش های غربی، مصرفی کردن جامعه و ورود مؤلفه های مدرن به جامعه. در این مقطع، الگوهای زیست جدید، به جامعه عرضه و فضاهای فراغتی جدید ایجاد می شود؛ مانند فرهنگ سراها در دهه هفتاد و کافی شاپ ها در دهه هشتاد.

سیاست های توسعه، به گفتمان فردگرایی اعتبار می بخشد و فردگرایی یکی از عوامل مهم بدحجابی است. تسلط گفتمان فردگرایی؛ یعنی همه چیز باید به لذت فرد ختم شود. فردگرایی با چند مفهوم مهم، مانند آزادی و نسبیت ارزش های اخلاقی، پیوند خورده است؛ یعنی ارزش های اخلاقی، نسبی و برساخته اجتماع هستند. در گفتمان فردگرایانه، ارزش های اجتماعی واقعیت خارجی ندارند و ارزش ها ساخته بشر و محصول تعامل اجتماعی وی هستند. هیچ چیز واقعاً ارزشمند نیست، غیر از آزادی. اینکه انسان هر عملی را مطابق با اراده آزادش انجام دهد، مقدّم است. در فضای فردگرایی، ضرورت های جدیدی به وجود می آید. مصداق های اسراف نیز عوض می شود؛ یعنی آنچه دیروز اسراف بود، امروز از ضرورت های زندگی است. به تعبیری آنچه در گفتمان دینی، مسئله (مشکل) است، در گفتمان فردگرایی ارزش است. همه نهادها نیز دست به دست هم می دهند که این فردگرایی؛ یعنی توجه به خود را در زمان حال تقویت کنند. وقتی در همه عرصه های

زندگی خود، به خوشی و راحتی در لحظه حاضر فکر کردید، دیگر نمی توانید در عرصه پوشش به عقب برگردید و بگویید به حال فکر نکن، بلکه به آینده و نسل آینده فکر کن. صبر برای زمان قدیم بود و امروزه صبر مقوله ای منفی است؛ زیرا شما را از لذت امروز بازمی دارد. گفتنی است عرصه های مختلف حیات در هم تنیده اند و شما نمی توانید میان این عرصه ها مرزهای محکم ایجاد کنید. به تعبیر اریک فروم، اگر کسی در عرصه اقتصادی مصرفی بار بیاید، در عرصه جنسی نیز مصرفی بار می آید. انسان یک مدیر بیشتر ندارد؛ اگر این مدیر تضعیف شد، اثر ضعفش در تمام عرصه ها ظاهر می شود. در جوامعی که به سمت مصرفی شدن پیش می روند، مصرف کالاهای جنسی نیز افزایش می یابد. حال باید دید که جامعه، به سمت مصرفی شدن حرکت کرده است یا نه؟

نکته دیگری که می تواند زمینه های آسیب را فراهم کند، دعوت زنان و مردان به مشارکت اجتماعی، بدون معرفی الگوی مشارکت اجتماعی اسلامی است. پس از انقلاب اسلامی، حضور اجتماعی زنان رونق گرفت، ولی شیوه ای از حضور اجتماعی که به مصلحت جامعه است، مشخص نشد. در این شرایط، ارتباطات میان زن و مرد زیاد شد و توصیه های اخلاقی برای متدین نگه داشتن آنها سودی نداشت. علاوه بر این وقتی در جامعه جنبه غیرخانوادگی حیات اجتماعی تقویت و به تحصیلات عالی و شغل ارزش گذاشته می شود، در نتیجه جمعیت کاهش می یابد. کاهش جمعیت نیز در تغییر اخلاق جنسی مؤثر است؛ چنان که بی ارزش شدن خانواده مؤثر است.

به تعبیر یک مقاله خارجی، در جامعه‌ای که جمعیت کنترل می شود، آزادی جنسی افزایش می یابد. دوران غلیان جنسی در زن، از هجده

ص:۵۴

سالگی تا چهل سالگی است. اگر هورمون های بـدن و ذهن او با بارداری و فرزندآوری درگیر شود، مطالبات جنسـی اش کم می شود؛ ولی کسی که فرزند ندارد، ازدواج نکرده، یا تک فرزند است، غلیان و مطالبه جنسی او بالاست. در چنین جوامعی با قوانین سـخت گیرانه جنسـی، نمی توان زنـان را مهـار و بایـد بـا آنـان تساهـل و مـدارا کرد. بر اسـاس تحلیل های بسـیار، میان جمعیت و آسـیب هـای اجتماعی رابطه وجود دارد. در موضوع حجاب نیز رابطه میان جمعیت و اخلاق جنسـی، موضوعی مهم است.

از عوامـل رواج روابـط جنسـی، تربیت مـدرن است. کارشـناسان جدیـد چه از طریق رسـانه هـا و چه از راه های دیگر، ما را بر اساس علوم مدرن تربیت می کنند. کارشناسان تربیت مدرن، به والدین گوشزد می کنند که شما بالاتر از فرزندانتان نیستید. در این جوامع کارشـناسان مـذهبی و غیرمـذهبی توصـیه می کننـد به بچه ها امر و نهی نکنید؛ این مانند الگوی تربیتی است که در عصـر پست مـدرن توصـیه می شود. امـا در جامعه دینی ما که جامعه ای سـنتی بود، در خانواده، اقتـدار اصـلی از آن پـدر بود، سپس مادر و سـپس فرزند. این مدل، سیسـتم عمودی نام دارد. از دهه ۱۹۶۰ در پی انتقادهـا به ساختار عمودی، این ساختار به سمت ساختار دو پله‌ای رفت؛ یعنی پـدر و مادر به طور مشترک در پله بالا و فرزنـدان در پله پایین قرار گرفتند. با شـعار برابری زن و مرد، از دهـه ۱۹۶۰ به بعـد، اقتدار میان پدر و مادر تقسـیم شد. در عصـر پست مدرن (در بیست سال اخیر) گفته می شود که پـدر و مـادر حق ندارنـد ارزش هـای خود را به فرزنـدان تحمیـل کننـد و همه در خطی مسـتقیم و افقی قرار دارنـد. به این ترتیب، سیسـتم عمـودی که دوپله‌ای شـده بود، در حـال افقی شـدن است و کارشـناسان نیز به این مسـئله دامن می زننـد؛ یعنی اقتدار در خانواده مثبت نیست. در

ص:۵۵

عرصه سیاسی، سیستم های اقتدارگرا را تحقیر می کنند و دموکراسی را بهترین الگوی سیاسی می دانند و آن را برای خانواده نیز بهترین الگو می دانند. به تعبیر گیدنز، دموکراسی سیاسی اتفاق نمی افتد، مگر اینکه دموکراسی در خانواده تحقق یابد؛ یعنی خانواده باید مناسبات متناسب با گفتمان فردگرایانه را در قالب ساختار دموکراتیک و افقی بازتولید کند. در عصر فردگرایی به معنای گسترده‌اش، امر به معروف و نهی از منکر مخل نظم اجتماعی است؛ زیرا هم بستگی اجتماعی به این معنا نخواهد بود که «چو عضوی به درد آورد روزگار، دگر عضو ها را نماند قرار/ تو کز محنت دیگران بی غمی، نشاید که نامت نهند آدمی»؛ بلکه فردگرایی و پذیرش تکثرات فردی، خود، زمینه ساز تحقق هم بستگی اجتماعی می شود. به این معنا که بپذیریم هرکس کار خود را انجام دهد. امر به معروف و نهی از منکر در این سیستم، به معنای اختلال ایجاد کردن در سیستم است؛ یعنی مزاحم زندگی دیگران شده ایم و نظم اجتماعی مختل می شود. متأسفانه، امروزه در جامعه ایرانی آمر به معروف و ناهی از منکر سرکوب می شود. طرز تفکر جامعه این است که اجازه دهید مردم آزادانه زندگی کنند و در امور زندگی دیگران مداخله نکنید. حال بعضی می گویند الگوهای سبک زندگی، علت مهمی در رواج روابط زن و مرد است؛ ولی الگوهای سبک زندگی، از عواملی متأثر است که بیان کردیم.

الگوهای سبک زندگی در عرصه های مختلف، در حال دگرگونی است. صله رحم کم شده و ارتباطات حقیقی جای خود را به ارتباط در فضای مجازی داده است. در تربیت دینی، عنصر «مرز» بسیار مهم است؛ مانند مرز اسلام و کفر، مرز خانه و بیرون خانه، مرز بین زن و شوهر با پدر و مادر و فرزند. پوشش زن و مرد در برابر هم، نباید با پوشش آنها

در برابر فرزند یکسان باشد. زنانی نزد امام صادق۷ رفتند و گفتند: «برادران ما مریض شده اند، آیا به عیادتشان برویم؟» ایشان فرمودند: «بروید، ولی لباس رنگی نپوشید.» یعنی نوع لباس در برابر محرم نیز حد و مرز دارد. در روایات آمده است که مثل کفار غذا نخورید، لباس نپوشید و به سبک آنان زندگی نکنید؛ زیرا کم کم مرز میان شما از بین می رود و در زمره آنها قرار می گیرید. یعنی از دشمنان حتی در امور عادی و در حوزه امور مباح نیز تقلید نکنیم.

وقتی مرز میان اسلام و کفر کم رنگ شود، در مسائل تربیتی فاجعه به بار می آید. تربیت در حال تحول به سمتی است که میان مسلمان و کافر تفاوتی نباشد. هنگامی که چنین شود، الگوبرداری ها در مقیاس جهانی افزایش می یابد. وقتی سبک زندگی براساس الگوی دینی نباشد و نتوانیم زندگی متدینانه خود را از گزند دیگران حفظ کنیم، نمی توانیم امیدوار باشیم که در عرصه‌های خاص، مثل رابطه زن و مرد تأثیر نگذارد. من گمان نمی کنم که حتی اگر همه دستگاه های کشوری دست در دست یکدیگر بدهند، در موضوع عفاف و حجاب اتفاقی اساسی بیفتد؛ زیرا کل مناسبات زندگی، مثل جریان یک رودخانه است که به سمتی دیگر می رود و شما به تنهایی می خواهید برخلاف جریان این رودخانه (در بحث عفاف و حجاب) حرکت کنید.

ــ دکتر سید حسین شرف الدین: بخشی از عوامل، به افراد و جنبه های بیولوژیکی، غریزی، روانی، تربیتی و نگرشی مربوط می شود و برخی به زمینه ها و عوامل ساختاری، اعم از فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، مدیریتی و ارتباطاتی. به بیان دیگر، بخشی از عوامل، در سطح فرد جلوه یافته که واحد مطالعه آنها احوال و عوارض فردی ــ بدون در نظر گرفتن نحوه

ارتباط آنها با زمینه ها و ظرفیت های محیطی _ است و بخشی در سطح کلان جامعه و واقعیت های فرافردی ظهور و بروز دارد که واحـد تحلیـل آن، موجودیت هـای نهـادی و ساختـاری و ظرفیت هـا یـا کـاستی هـای محیطی است. در مطالعات اجتماعی، محیـط، بیشتر به واحـد سیاسـی دولت _ ملت و قلمرو فرهنگی و اجتمـاعی یـک جـامعه و کشور به عنوان قلمرو ملی در مقابل قلمرو محلی و منطقه ای و جهانی، محدود می شود، اما امروزه بسیاری از مسائل و مشکلات، به ویژه مسائل فرهنگی واحدهای ملی، بیش از زمینه هـا و کـاستی هـای داخلی، از عوامـل فراملی و جهـانی و رونـد موسـوم به جهـانی شـدن و به طور مشـخص امپریـالیسم فرهنگی، سرچشـمه می گیرد. نفوذ اسـتعمار قـدیم و جدیـد، قضایـای کشف حجاب، سـیاست های فرهنگی دولت پهلوی و تهاجم فرهنگی سنگین و برنامه ریزی شده و پرگستره در سال های بعد از انقلاب، عمده ترین عوامل مؤثر در ایجاد و تحمیل وضعیت کنونی هستند. برخلاف کلیشه سازی و سوگیری غالب، موضوع عفاف و حجاب، اختصاصی به بانوان ندارد و از نقش و مسئولیت بسیار مهم مردان در این معادله، نباید غفلت کرد.

بیشتر عوامـل فردی، از عوامـل ساختـاری و گفتمـان فرهنگی حـاکم بر جـامعه مـدرن و تجربیات زیستی انسان معاصـر، متأثر و منشـقند. کشور ما نیز در چرخه توسعه آفرینی جدید و در پی روند جهانی شدن و موضوع تهاجم فرهنگی، از پی آمدهای آن دور نمانده است. البته تفکیک میان جنبه های عاملی و ساختی، بیشتر ذهنی است تا عینی. مهم ترین عواملی که در ساحت فرد و جلوه هـای رفتـاری وی تبلور و تجسم دارد، عبارتنـد از: ضـعف تربیت اجتمـاعی و جامعه پـذیری متناسب با معیارهای دینی؛ ضعف اطلاعات نهادی شده از عفاف و حجاب (فلسفه وجودی و ضرورت های کارکردی

ص:۵۸

آن)؛ غلبه توجه به بدن و چهره و تبدیل آن به ابزاری برای هدف های مختلف؛ غلبه فردگرایی؛ تمایل به تک روی و تمکین نکردن از قواعد اجتماعی و ترجیح عمل بر اساس خودپنداره ها (قشر جوان و نوجوان، افزون بر تمایل به فردگرایی و خودمحوری که عارضه ای تمدنی است، از قدرت ریسک بالا در ناهمسویی و نقض قواعد متعارف برخوردار است و آن را برای خود، نوعی جسارت ستودنی می شمرد. آستانه تحمل بالای جامعه در چشم پوشی از رفتارهای انحرافی نسل جوان، این جسارت ورزی را تشدید می کند)؛ میل به اباحی گری و تساهل در تأمین انتظارات اخلاقی جامعه (که باز به عنوان یک عارضه تمدنی، در کاهش احساس وابستگی به جمع و بی مسئولیتی در قبال جامعه و فرهنگ عمومی ریشه دارد)؛ تلقی نسبی بودن، زمینه ای و متنی بودن الگوهای رفتاری و قراردادهای پوششی؛ غلبه ذهنیت تشابه انگاری (یکی از آموزه های محوری فمینیسم. در موضوع عفاف و حجاب نیز توقع خانم ها این است که آستانه تحمل جامعه باید برای تک روی و تنوع طلبی و احیاناً هنجارشکنی مردان و زنان، یکسان باشد)؛ ضعف در تعلق به فرهنگ خودی و نداشتن اعتقاد به مطلوبیت و اعتبار معیارهای پذیرفته شده (بخشی از آن، به ضعف جامعه و سازمان های فرهنگی در اقناع سازی ارزش ها و الگوهای زیستی برمی گردد)؛ ضعف در تعهد و احساس مسئولیت اجتماعی (اهمال در رعایت وظایف شهروندی و انتظارات معطوف به حوزه عفت عمومی و بهداشت فرهنگی)؛ بی توجهی به جنبه های قانونی سطوحی از این الزام و مجرمانه بودن رفتارهای ناهمسو؛ بی توجهی به هزینه هایی که فرد متخلف، از این طریق بر جامعه خود و بنیادهای معنوی و روانی آن تحمیل می کند؛ تجربه حضور در مکان های مختلط و کاهش تدریجی حساسیت های اخلاقی؛ اثرپذیری از موج های

فرهنگی وارداتی (از طریق ماهواره، اینترنت، فیلم های سینمایی، بازی های رایانه ای، عکس، موسیقی، کتاب ها، مجله ها و دیگر محصولات فرهنگی آلوده به ویروس عفت ستیزی و حیاگریزی)؛ الگوپذیری از گروه های مرجع بیگانه؛ تجربه های بحرا ن های هویتی، تحت تأثیر زندگی در فضای متکثر و چهل تکه؛ تجربه شکاف های میان نسلی (کاهش تدریجی اقتدار والدین و خانواده، بی میلی به الگو گیری آگاهانه از والدین، عقب نشینی والدین و واگذاری وظیفه تربیت اخلاقی فرزندان به دیگر نهادها، اشتغال بیرونی والدین و نداشتن اهتمام به نیازهای تربیتی و عاطفی ـ روانی فرزندان، فراگیر شدن پدیده فرزندسالاری)؛ فردی و شخصی انگاشتن پوشش و غیر مجاز شمردن دخالت دولت و جامعه در آن؛ وجود برخی شبهات تلقینی (همچون تلقی حجاب به عنوان مأمنی برای دور ساختن زنان از آسیب تعرض مردان، مهار هوس های لجام گسیخته و ترمیم ضعف های نفسانی مردان، پرداخت تاوان ضعف های اخلاقی مردان، نقش حجاب در افزایش کنجکاوی و تحریص بیشتر مردان به نگاه های دزدانه؛ میراث دوران ریاضت کشی زن و دور بودن از ضرورت مشارکت در جامعه، ایجاد مانع در مسیر آزادی و تحرک اجتماعی، عامل افزایش طمع و شدت توجه مردان و افزایش حساسیت های جنسی)؛ برجسته شدن جنبه های نمادین لباس و پوشش به جای جنبه های ابزاری و تن پوشی آن.

برخی عوامل نیز بیشتر جنبه روان شناسی یا روان شناختی اجتماعی دارند که به اجمال به برخی از آنها اشاره می شود: فرافکنی برخی عقده ها و گره های روانی و ضعف های شخصیتی (یکی از نمودهای آن، اهتمام فراوان به جلب توجه و نگاه و تحسین دیگران از طریق رفتارها و جلوه نمایی های نامتعارف است)؛ میل به خودنمایی، خودآرایی و

عشوه گری در جمع (به ویژه در دختران جوان) که نمای کاذب آن، در پدیده مدگرایی جلوه گر می شود؛ میل به لذت جویی و غلبه کنش های التذاذی بر کنش های تدبیری (که جلوه بارز آن میل به کنش ها و واکنش های اروتیک یا شبه اروتیک است)؛ نوسانات یا اختلالات شخصیتی، ضعف احساس عزتمندی و کرامت نفسانی، ضعف اعتماد به نفس عاطفی و رفتاری (یعنی ضعف در مدیریت عواطف و رفتارها و به بیان فرویدی: متابعت نداشتن نهاد (بخش غریزی شخصیت) ازخودبرتر که تبلور ارزش های اجتماعی است)؛ ظاهرگرایی و اصالت دادن به صورتک های ظاهری و تن نمایانه و غلبه توجه به جنبه های آرایشی لباس به جای جنبه های پوششی آن؛ احساس گرایی و ضعف خردورزی (یعنی فرد، ستودنی های شخصی، ذوقی، تخیلی و متغیر خود را مبنای رفتار قرار می دهد و در عین حال، به پی آمدهای فردی و اجتماعی آن بی توجه و بی مسئولیت است)؛ تمایل برخی دختران به استفاده از جلوه های پوششی و آرایشی برای همسریابی. همچنین الگوی پوشش، ارتباطی تنگاتنگ با الگوی ارتباط دارد و اغلب، بدپوشی، جاذبه بیشتری برای جلب توجه و ارتباط آن با دیگران دارد.

در بخش عوامل محیطی و ساختاری نیز می توان به این موارد اشاره کرد: ضعف فرهنگ سازی و جامعه پذیری (موانع و مشکلات موجود در فرایند انتقال فرهنگ مذهبی و تبدیل باورها و ارزش های آن به قواعد رفتاری متناسب با اقتضائات زمان و مکان و نیازهای گروه های مختلف سنی و جنسی؛ به بیان دیگر، ضعف عملکرد نهادهای فرهنگی مسئول در اقناع سازی و باوراندن ارزش ها و الگوهای فرهنگی ـ مذهبی)؛ زندگی در شهرهای بزرگ (فشردگی جمعیت و تراکم اخلاقی، تشدید فردگرایی،

آزادی نسبی و کنترل ناپـذیری محیـط، تنوع و تکثر الگوهـا و سـبک هـای زیستی، کـاهش وجـدان جمعی، ضـعف جنبه های نظـارتی افکـار عمومی، ارتباطـات گسترده بـا دیگر قلمروهـای فرهنگی، جریـان یـابی مهارناپـذیر موج های فرهنگی متـداخل، کـاهش تعلق به فرهنـگ خودی، تجربه حضور در محیط های مختلط و در نتیجه کم رنگ شـدن حریم ها و کاهش حساسـیت هـای اخلاقی و...)؛ ضـعف نظـارت و کنترل اجتمـاعی رسـمی (البته برخی به بهـانه شخصـی بودن موضوع عفـاف و حجـاب، دخالت دولت و نهادهای رسـمی را در آن غیر مجاز می دانند)؛ ضعف نگاه استراتژیک دولت به موضوعات فرهنگی، از جمله موضوع عفـاف و حجاب (این عامل، خود را در ضـعف فرهنگ سازی، اقناع سازی فرهنگی، سـیاست گـذاری و برنامه ریزی، نظـارت و کنترل بر محیـط، ضـعف تلاـش در تولیـد محصولات فرهنگی متناسب، نداشـتن برخورد قاطع با عوامل انحراف و... متبلور می سـازد)؛ عملکردهای ناصواب برخی دولتمردان و کاربرد سـیاست های پراکنـده و متناقض، به ویژه در دوران موسوم به اصـلاحات؛ توطئه هـای فرهنگی بسـیار گسترده و متنوع دشـمنان انقلاـب (تهـاجم، شبیخون، جنـگ نرم و نـاتوی فرهنگی و موقعیت کانونی عفاف و حجاب در این رویارویی)؛ عملکرد های نامتوازن و بی قاعده سازمان های مسئول در سال های اخیر، در برخورد بـا پدیـده بـدحجابی و بی حجـابی و موضوعـات مربوط به آن؛ فقـدان طراحی و معرفی الگوی پوششـی و رفتـاری پـذیرفته شـده، متنـاسب بـا شـرایط موجود و نیـاز قشـرهای مختلف (با توجه به همه متغیرهای دخیل)؛ تعـدد و تکثر کارگزاران جامعه پذیرکننده و ناهمخوانی آنها در تفسـیر آموزه های فرهنگی، قواعد هنجاری مطلوب و نامطلوب و شیوه واکنش به موارد نقض آنها؛ وقوع برخی تغییرات آرام و خاموش در سبک های زیستی مردم و

بازتاب آن در موضوع پوشش و حجاب؛ سیاسی شدن موضوع بدحجابی و بی حجابی و تبدیل آن به ابزاری برای ابراز جهت گیری و تمایل سیاسی در شرایط مختلف و نسبت به موضوعات مختلف؛ عملکرد گسسته و متناقض رسانه های جمعی، در موضوع حجاب و پوشش و ضعف جدی در الگوسازی و الگودهی؛ تأکید فراوان بر چادر به عنوان تنها الگوی پوششی مقبول و غفلت از الگوهای محتمل جایگزین که با ذائقه های مختلف، گونه های شغلی متفاوت، مکان های حضور با اقتضائات متفاوت، گروه های سنی مختلف و اقلیم های فرهنگی متعدد متناسب باشد؛ ضعف آگاهی و حساسیت بیشتر مدیران از توسعه فرهنگ عفاف و حجاب و غفلت از حاکمیت ارزش های دینی و اخلاقی در مجموعه های تحت مسئولیت ایشان؛ بالا رفتن سن ازدواج؛ فراگیر شدن بی کاری و بازتاب آن در لجام گسیختگی های رفتاری؛ ضعف نظارت بر واردات محصولات فرهنگی؛ ضعف فاحش در تولید محصول فرهنگی و هنری مناسب؛ ضعف نظارت بر فرایند تولید و توزیع محصولات فرهنگی ناظر به موضوع عفاف و حجاب؛ کم توجهی به در پیش گرفتن تدابیر لازم برای تولید و توزیع اقلام مورد نیاز جامعه در موضوع حجاب (دسترسی آسان و مقرون به صرفه عموم به پارچه و لباس های منطبق با الگوهای اسلامی، حمایت از طراحان و تولید کنندگان داخلی)؛ برخورد ضعیف با ناشران ابتذال و واردکنندگان لباس های غیرمتناسب با فرهنگ عفاف و حجاب (امروزه به دلیل گسترش پدیده صنعت فرهنگ و گره خوردن موضوعات فرهنگی از جمله حجاب به منافع سوداگرانه و اقتصادی، انگیزه های بسیار زیادی برای دامن زدن به مدگرایی، تنوع زایی، مصرف زدگی، تن آرایی و لذت جویی در گستره جهان پدید آمده و کشور ما نیز تا حد زیادی از آن متأثر است)؛ مغفول ماندن سنت امر به

معروف و نهی از منکر و نبود مشارکت هدایت یافته عموم در مسائل و موضوعات اجتماعی؛ ضعف مشارکت سازمان های مردم نهاد و هیئت های مذهبی در رفع بحران های اجتماعی و موضوع عفاف و حجاب؛ ضعف اهتمام حوزه های علمیه و دانشگاه ها در تأمین نیازها و ضرورت های پژوهشی و مطالعاتی این بخش؛ فقدان علوم اجتماعی بومی رشدیافته، به ویژه آن نوع علمی که فراتر از جنبه های توصیفی، تبیینی، تفسیری و توجیهی، بتواند از طریق مطالعات انتقادی و تجویزی، جامعه اسلامی را در مسیر اهداف و آرمان های متعالی اش جلو ببرد.

ـ دکتر شفیعی سروستانی: مجموعه عواملی را که در ایجاد وضعیت کنونی و تشدید آن مؤثر است، در یک دسته بندی به عوامل داخلی و خارجی تقسیم می کنیم:

الف) عوامل داخلی

۱. نداشتن راهبرد و برنامه ریزی کلان فرهنگی؛

۲. ناکارآمدی خانواده ها در انتقال ارزش ها و باورهای خود به فرزندان؛

۳. ناکارآمدی دستگاه های فرهنگی و آموزشی.

پس از انقلاب اسلامی و تشکیل نظام جمهوری اسلامی، مردم با توجه به اعتماد و اطمینانی که به این نظام داشتند، بخش زیادی از مسئولیت های خود را به نهاد های رسمی واگذار کردند. پیش از انقلاب، خانواده های مذهبی که می دانستند در نظامی ضد اسلامی زندگی می کنند، خود مسئولیت تربیت مذهبی فرزندان را به عهده گرفته بودند، ولی پس از انقلاب اسلامی، مردم به دلیل اعتماد به دستگاه های رسمی ـ اعم از دستگاه های آموزشی و

پرورشی، رسانه ملی، مهدکودک ها، مدارس و دانشگاه ها _ با اطمینان کامل، تربیت فرزندان خود را به این دستگاه ها سپردند.

_ خانواده ها با این کار، خود را کنار کشیدند؟

خیر، آنها معتقد بودند فرزندشان از صبح تا ظهر در مدرسه زیر نظر مربی پرورشی و دبیر دینی تربیت می شود. نماز و آموزه های دینی (چه اعتقادی، چه احکام) نیز به آنها منتقل می شود. بر فرض اینکه این انتقال نیز صورت بگیرد، انتقالی مکانیکی است. انتقالِ مفاهیم دینی به فرزندان در محیط عاطفی خانواده و به دور از زور و اجبار و الزام، مؤثرتر است و به نهادینه شدن باور و اعتقاد و آموزه های دینی کمک کند. از دیگر سو، دستگاه های رسمی نیز در انتقال باورها و آموزش ها مشکل داشتند و برخی از آنها، اعم از رسانه ها و سازمان های تبلیغی و ترویجی نظام، ناخواسته پیامی نامناسب و غیردینی منتقل می کردند.

در سال های پس از انقلاب اسلامی، به دلیل برخی مشکلات که در تربیت نسل جدید به وجود آمد، شاهد خانواده های ناکارآمد و نسلی بودیم که از توانمندی رویارویی با مشکلات و آسیب ها برخوردار نبودند. به بیان دیگر، خانواده ها توانمندی لازم را برای انتقال باورها و ارزش ها به نسل بعدی خود نداشتند. ازاین رو، این نقش را به دستگاه های دولتی و رسمی واگذار کردند.

تضعیف اقتدار خانواده نیز، یکی از پی آمدهای زندگی مدرن است و جامعه ما نیز از این موضوع جدا نبوده است. افزون بر تضعیف اقتدار خانواده، نقش تربیتی پدران نیز تحت تأثیر الگوهای تربیتی خانواده های غربی قرار گرفته و تضعیف شده است.

ص:۶۵

۴. بی ثباتی و تغییر مکرر سیاست ها و رویه های کنونی در زمینه برخورد با پدیده بدحجابی؛

بی ثباتی و تغییر مداوم در قوانین، فضایی ایجاده کرده که افراد، تعهد و الزامی به قوانین و چارچوب ها ندارند؛ این، از اقتدار و ثبات قوانین و مقررات اجتماعی ما به شدت کاسته است.

فرض کنید در جامعه حرکتی (مثل بدحجابی) ایجاد می شود؛ سپس موجی برای مقابله با بدحجابی به راه می افتد. سپس موج مخالفی از یک سری نهادها برمی خیزد که ناخواسته آن دستگاهی که مقابله را شروع کرده بود، عقب نشینی می کند. این عقب نشینی، افراد را شرطی می کند.

۵. ناهماهنگی دستگاه های مختلف؛

پدیده بدحجابی، فقط فرهنگی نیست؛ بلکه اجتماعی، سیاسی، حتی اقتصادی، تربیتی و آموزشی است؛ یعنی علل و عوامل مختلفی در شکل گیری این پدیده مؤثر است. به همین دلیل، برای اصلاح این وضعیت، فقط یک نهاد نمی تواند مؤثر باشد و باید نهادهای مختلف فرهنگی، آموزشی، تربیتی، انتظامی و قضایی با هم هماهنگ عمل کنند تا به نتیجه مناسبی دست پیدا کنیم. این ناهماهنگی دستگاه ها، عامل مؤثری در تشدید وضعیت کنونی است.

ب) عوامل خارجی

در حوزه عوامل خارجی، در رأس این عوامل می توانیم به بحث تهاجم فرهنگی دشمن اشاره کنیم که به ویژه در سال های اخیر، با نفوذ رسانه های بیگانه در سطح رسانه کشور، شکل جدیدی به خود گرفته است. مهم ترین سرفصل های برنامه های نظام سلطه علیه نظام جمهوری

اسلامی عبارتند از: تضعیف فرهنگ عفاف و حجاب، تضعیف نهاد خانواده و تغییر مقررات و چارچوب های حاکم بر نهاد خانواده.

موضوع تهاجم فرهنگی در سال های اخیر، شکل جدیدی به خود گرفته و از اواسط دهه هشتاد، موجی به راه افتاده که از آن به موج رسانه؛ یعنی شبکه های ماهواره ای تعبیر می کنیم. شبکه های ماهواره ای فارسی زبان، در یک جریان هم افزا، حرکتی برای تغییر سبک زندگی در ایران شروع کرده اند که برخی از این تغییرات، تغییرات در فرهنگ پوشش و آرایش، لباس، فرهنگ عفاف، فرهنگ روابط با جنس مخالف و کل فرهنگ خانوادگی است. امروز مردم ما فقط از رسانه ملی پیام دریافت نمی کنند؛ رسانه های جدیدی وجود دارد که مردم ما بخش زیادی از پیام های آنها را دریافت می کنند؛ پیام هایی که در تعارض آشکار با پیام های رسانه ملی است.

ـ دکتر نیره قوی: شاید مهم ترین نقش را خانواده داشته باشد. خانواده فقط در یک مقطع سنی تأثیر ندارد. خانواده در آموزش آموزه های دینی، فرهنگی و تاریخی به نسل جدید نقش اول را دارد. در شکل گیری شخصیت نیز خانواده مؤثرترین نقش و جایگاه را دارد. امروزه به دلیل بی توجهی و مشغله خانواده ها و به ویژه شاغل بودن مادران، بچه ها به مهدکودک ها سپرده می شوند. در نتیجه، عواملی جایگزین خانواده شده است.

عوامل تشدید بی حجابی، در میان دختران و پسران متفاوت است. در مورد مسائل تربیتی، مرحله بعد، فضای بیرون از خانه است. پس از خانواده، محیط بیرون مانند مدرسه، دانشگاه یا محل کار و دوستان، مؤثرند. از دیگر عوامل مهم و اثرگذار، رسانه های مختلف دیداری و

شنیداری است که نقش پررنگ تر و مخرب تری دارند. البته اگر خانواده توانسته باشد به لحاظ تربیتی، مبانی اندیشه ای، تربیتی و مذهبی فرزندش را مستحکم کند و شخصیت او را شکل دهد، آن جوان ممکن است بتواند دوستان و اطرفیانش را درباره پی آمدهای ماهواره هوشیار سازد. خانواده به عنوان عامل اصلی تربیت کننده در دختر و پسر، مشترک است، ولی به دلیل نقش های مختلف دختر و پسر، باید نوع تربیت در دختران، در هر مقطع سنی، متفاوت باشد. مقاطع بالاتر، به سمت خودنمایی ببرد. ماهواره و شبکه های مختلف نیز، دختران را به خودآرایی و آرایش تشویق می کند. در این میان، یکی از راه های پیش گیری از خودآرایی و بدحجابی، ازدواج است.

عامل مهم دیگر، تبلیغات منفی علیه حجاب و ارزش های ماست. عفاف و حجاب در دو دهه اخیر بیشتر در تیررس تهاجم قرار گرفته و بیگانگان و شبکه های مختلف ماهواره، در قالب های مختلف، این ارزش الهی را مانع جلوه می دهند و با این روش در ارزش ها و هنجارهای جوانان ما اثر می گذارند.

در تکمیل شخصیت فرد، خانواده ها مهم ترین تأثیر را دارند. چه بسا همت والدین و اعضای خانواده درباره حجاب، از قانون گذاری و وارد عمل شدن نیروی انتظامی و قوه قضائیه تأثیر بیشتری داشته باشد. بنابراین، عوامل تشدیدکننده، یا درون خانواده است یا بیرون خانواده و به اصطلاح در اجتماع. در هر صورت، بدحجابی تک عاملی نیست.

نوع و سبک زندگی اعضای خانواده، امروزه تغییر کرده و از احساس مسئولیت در قبال هم، به سمت فردگرایی سوق یافته و فردیت، نسبت به جمع خانواده، اولویت پیدا کرده است. نوع گرایش ها و علاقه ها، باورها

و لباس پوشیدن افراد، همه از ماهواره الگوبرداری می شود. بنابراین، باید ارتباط را خوب مدیریت کنیم و بتوانیم از هر ابزاری، هرچند دوسویه (یعنی تهدید و فرصت) باشد، برای مدیریت استفاده کنیم.

کار ویژه خانواده ها در گذشته، تربیت روحی، هدایت فکری و نظارت و تذکر، باورمند کردن و به نوعی هدایت سلایق فرزندان بوده است. امروزه برخی، همه مسئولیت و برخی بیشتر آن را به دیگران؛ یعنی مهدکودک ها، شبکه های ماهواره ای و اینترنت سپرده اند و کمتر احساس مسئولیت می کنند.

ــ خانم فروغ نیلچی زاده: بخشی علل درونی و بخشی علل بیرونی، بخشی سلبی و بخشی ایجابی است.

علل درونی، کم کاری ها، بی سلیقه گری ها و در حقیقت، غرض ورزی هایی است که رخ می دهد. از علل بیرونی، انحطاط جامعه بشری و گسترش فرهنگ برهنگی است. با مرگ معنویت و اصالت ها، طبیعی است کسی که در فضای بی خدایی تربیت شده، کاملاً ـ آسیب پذیر است. در حیطه ایجابی، عواملی که به وضعیت بدحجابی کمک می کند، نوع نگاه ما به حجاب و کلیشه ای و ظاهری دانستن آن و اصالت قائل نشدن برای آن است. به طور مشخص در همه زمینه ها دچار پارادوکس هستیم؛ در ظاهر، ارزش ها را می گوییم، ولی کسانی که فاقد ارزش ها هستند، اولویت دارند.

ــ دکتر محمدعلی هرمزی زاده: برخی عوامل، نقاط ضعف و برخی عوامل، نقاط قوت را تشدید می کنند. عامل اصلی که نقاط ضعف را تشدید می کند، در اصل تمدن غرب است که از زمان رضاشاه و حتی پیش از آن،

مسئله عفاف و حجاب را در جامعه ما دچار مشکل کرد. تمدن غرب واقعاً یک تمدن شیطانی است؛ زیرا تمدنی است با جاذبه ها و زرق و برق فراوان، و کسانی که دید ظاهربین دارند و فقط ظاهر زندگی دنیا را می شناسند، بسیار فریفته آن می شوند، چنان که در آیه ۷ سوره روم آمده است: «یَعْلَمُونَ ظَاهِراً مِّنَ الحَیَاهِ الدُّنْیَا وَ هُمْ عَنِ الآخِرَهِ هُمْ غَافِلُون؛ آنها تنها ظاهری از زندگی دنیا را می دانند و از آخرت غافلند.» تمدن غرب با تمام قوا تبلیغ می کند که امروزه دیگر عفاف و حجاب نمی تواند و نباید به صورت قبل وجود داشته باشد. این فریبی بزرگ است که مستکبران غربی از ده ها سال قبل در تمام کشورهای اسلامی به کار بسته اند. عقاید اسلامی، قرآن، ائمه، اعتقاد مردم، عشق مردم به دین و در کنار آن، انقلاب اسلامی، باعث شد ارزش های فراموش شده اسلام زنده و دوباره به آنها توجه شود.

نتیجه گیری

دکتر مسعود آذربایجانی	ناآگاهی، عامل اجتماعی، خانوادگی و سیاسی، الگوهای سبک زندگی و الگوهای رسانه‌ها از عوامل گسترش بدحجابی در جامعه کنونی به شمار می‌رود.
خانم لعیا اعتماد سعید	نشناختن ریشه‌ها و اصل بیماری، اتخاذ روش‌های تأدیبی به جای تربیت دینی، میل سبک زندگی به سوی سبک زندگی مدرن و غربی
دکتر مریم حاج‌عبدالباقی	غرب‌باوری، تبلیغات گسترده رسانه‌های رقیب فراملی (اینترنت و ماهواره)، عناد و لجبازی با حکومت

جملات کلیدی(عوامل ایجاد و تشدید پدیده بدحجابی)

دکتر مسعود آذربایجانی

ناآگاهی، عامل اجتماعی، خانوادگی و سیاسی، الگوهای سبک زندگی و الگوهای رسانه ها از عوامل گسترش بدحجابی در جامعه کنونی به شمار می رود.

خانم لعیا اعتماد سعید

نشناختن ریشه ها و اصل بیماری، اتخاذ روش های تأدیبی به جای تربیت دینی، میل سبک زندگی به سوی سبک زندگی مدرن و غربی

دکتر مریم حاج عبدالباقی

غرب باوری، تبلیغات گسترده رسانه های رقیب فراملی (اینترنت و ماهواره)، عناد و لجبازی با حکومت

ص:۷۰

دکتر کریم خان‌محمدی	علل ساختاری؛ یعنی متناسب با تحولاتی که در جامعه رخ می‌دهد، خود را متحول نمی‌کنیم. علل فرهنگی، مانند تعامل با فرهنگ‌های بیگانه
حجت الاسلام و المسلمین محمدرضا زیبایی‌نژاد	امروزه انتخاب پوشش در حال تبدیل به یک مطالبه اجتماعی است. برخی افراد با پوشش، پُز اجتماعی می‌دهند و هدف آنها جلب توجه جنسی نیست. ساختارهای اقتصادی و اجتماعی ما بستر رشد فضائل اخلاقی نیست؛ یعنی برای عفاف و حجاب ساختارسازی نمی‌کنیم. الگوهای توسعه، عفت‌زا نیست، بلکه از عفت ضرورت‌زدایی می‌کند؛ زیرا برنامه‌های توسعه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی از الگوهای توسعه غربی متأثر شده است. سیاست‌های توسعه، به گفتمان فردگرایی (یعنی همه چیز باید به لذت فرد ختم شود) اعتبار می‌بخشد. تسلط گفتمان فردگرایی از عوامل مهم بدحجابی است. دعوت زنان و مردان به مشارکت اجتماعی حداکثری، بدون معرفی الگوی مشارکت اجتماعی اسلامی است. از عوامل رواج روابط جنسی، تربیت مدرن است. کارشناسان جدید چه از طریق رسانه‌ها و چه از راه‌های دیگر ما را با علوم مدرن تربیت می‌کنند.

دکتر کریم خان محمدی

علل ساختاری؛ یعنی متناسب با تحولاتی که در جامعه رخ می دهد، خود را متحول نمی کنیم.

علل فرهنگی، مانند تعامل با فرهنگ های بیگانه

حجت الاسلام و المسلمین محمدرضا زیبایی نژاد

امروزه انتخاب پوشش در حال تبدیل به یک مطالبه اجتماعی است.

برخی افراد با پوشش، پُز اجتماعی می دهند و هدف آنها جلب توجه جنسی نیست.

ساختارهای اقتصادی و اجتماعی ما بستر رشد فضائل اخلاقی نیست؛ یعنی برای عفاف و حجاب ساختارسازی نمی کنیم.

الگوهای توسعه، عفت زا نیست، بلکه از عفت ضرورت زدایی می کند؛ زیرا برنامه های توسعه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی از الگوهای توسعه غربی متأثر شده است.

سیاست های توسعه، به گفتمان فردگرایی (یعنی همه چیز باید به لذت فرد ختم شود) اعتبار می بخشد. تسلط گفتمان فردگرایی از عوامل مهم بدحجابی است.

دعوت زنان و مردان به مشارکت اجتماعی حداکثری، بدون معرفی الگوی مشارکت اجتماعی اسلامی است.

از عوامل رواج روابط جنسی، تربیت مدرن است. کارشناسان جدید چه از طریق رسانه ها و چه از راه های دیگر ما را با علوم

مدرن تربیت می کنند.

ص:۷۱

دکتر سید حسین شرف‌الدین	عوامل فردی؛ جنبه های بیولوژیکی، غریزی، روانی، تربیتی و نگرشی افراد یا عاملان. عوامل ساختاری اعم از فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، مدیریتی، ارتباطاتی. عوامل فراملی و روند موسوم به جهانی شدن و امپریالیسم فرهنگی. نفوذ استعمار قدیم و جدید، قضایای کشف حجاب و سیاست‌های فرهنگی دولت پهلوی.
دکتر ابراهیم شفیعی سروستانی	نداشتن راهبرد و برنامه‌ریزی کلان فرهنگی ناکارآمدی خانواده‌ها در انتقال ارزش‌ها و باورهای خود به فرزندان ناکارآمدی دستگاه‌های فرهنگی و آموزشی بی‌ثباتی و تغییر مکرر سیاست‌ها و رویه‌های موجود در زمینه برخورد با پدیده بدحجابی ناهماهنگی دستگاه‌های مختلف تهاجم فرهنگی
دکتر اصغر فهیمی‌فر	نگاه بسیط به حجاب، یعنی گمان کنیم اگر پوشش فیزیکی را حتی به زور حاکم کنیم، مشکل حل می‌شود. در جامعه کنونی چادر سمبل نماد سیاسی شده است.
دکتر نیره قوی	ناکارآمدی خانواده‌ها در تعلیم و تربیت. تبلیغات منفی علیه حجاب توسط رسانه‌های رقیب فراملی (ماهواره و اینترنت).

دکتر سید حسین شرف الدین

عوامل فردی؛ جنبه های بیولوژیکی، غریزی، روانی، تربیتی و نگرشی افراد یا عاملان.

عوامل ساختاری اعم از فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، مدیریتی، ارتباطاتی.

عوامل فراملی و روند موسوم به جهانی شدن و امپریالیسم فرهنگی.

نفوذ استعمار قدیم و جدید، قضایای کشف حجاب و سیاست های فرهنگی دولت پهلوی.

دکتر ابراهیم شفیعی سروستانی

نداشتن راهبرد و برنامه ریزی کلان فرهنگی

ناکارآمدی خانواده ها در انتقال ارزش ها و باورهای خود به فرزندان

ناکارآمدی دستگاه های فرهنگی و آموزشی

بی ثباتی و تغییر مکرر سیاست ها و رویه های موجود در زمینه برخورد با پدیده بدحجابی

ناهماهنگی دستگاه های مختلف

تهاجم فرهنگی

دکتر اصغر فهیمی فر

نگاه بسیط به حجاب، یعنی گمان کنیم اگر پوشش فیزیکی را حتی به زور حاکم کنیم، مشکل حل می شود.

در جامعه کنونی چادر سمبل نماد سیاسی شده است.

دکتر نیره قوی

ناکارآمدی خانواده ها در تعلیم و تربیت.

تبلیغات منفی علیه حجاب توسط رسانه های رقیب فراملی (ماهواره و اینترنت).

میـل برخی عاملان بـدحجابی به خودآرایی، تن نمایی و آرایش نامتعارف به منظور همسـریابی مطلوب یا اعتبار اجتماعی تلقی کردن آن.

ص:۷۲

	میل برخی عاملان بدحجابی به خودآرایی، تن‌نمایی و آرایش نامتعارف به منظور همسریابی مطلوب یا اعتبار اجتماعی تلقی کردن آن.
سرکار خانم فروغ نیلچی‌زاده	نابسامانی موقعیت زنان در خانواده و گم شدن نقش مادری در تربیت. متقاطع عمل کردن دستگاه‌های مسئول. انحطاط اخلاقی جوامع بشری و گسترش فرهنگ برهنگی.
دکتر محمدعلی هرمزی‌زاده	عامل اصلی، عمدتاً تمدن غرب است که از زمان رضاشاه و حتی قبل از آن باعث شد که مسئله حجاب و عفاف در جامعه ما دچار مشکل شود.

دکتر نیره قوی

ناکارآمدی خانواده ها در تعلیم و تربیت.

تبلیغات منفی علیه حجاب توسط رسانه های رقیب فراملی (ماهواره و اینترنت).

میل برخی عاملان بدحجابی به خودآرایی، تن نمایی و آرایش نامتعارف به منظور همسریابی مطلوب یا اعتبار اجتماعی تلقی کردن آن.

سرکار خانم فروغ نیلچی زاده

نابسامانی موقعیت زنان در خانواده و گم شدن نقش مادری در تربیت.

متقاطع عمل کردن دستگاه های مسئول.

انحطاط اخلاقی جوامع بشری و گسترش فرهنگ برهنگی.

دکتر محمدعلی هرمزی زاده

عامل اصلی، عمدتاً تمدن غرب است که از زمان رضاشاه و حتی قبل از آن باعث شد که مسئله حجاب و عفاف در جامعه ما دچار مشکل شود.

راهکارهای اصلاح وضعیت موجود عفاف و حجاب

ـ برای اصلاح وضعیت موجود عفاف و حجاب، چه اقدام هایی باید انجام شود؟

دکتر مسعود آذربایجانی: باید وضعیت موجود به دقت، تحلیل و بررسی و ریشه ها و علت های جزئی بدحجابی شناخته شود. سپس با استفاده از آموزه های دینی و نظرهای کارشناسی (آموزه های دینی، سمت و سوها را به ما نشان می دهد، اما گاه روش ها و راهکارها را هم نشان می دهد) تبیین شود که هنجارها و مطلوب ها، از چه طریقی به جامعه منتقل شود.

نکته دوم این است که عوامل مخرب، باید در نظر گرفته و راهکارهای متناسب با هر کدام اجرا شود. با بهبود وضعیت سیاسی،

بی شک، وضعیت مردم تغییر می کند. با تغییر وضعیت اقتصادی مردم، به یقین، در این زمینه بهبودهایی اتفاق می افتد.

ص:۷۳

در وضعیت رسانه ای نیز می توانیم نظرهای کارشناسی بسیار جدی برای عرضه هنجارهای مطلوب داشته باشیم.

در بحث های جهانی، شاید کمتر بتوانیم کاری بکنیم، اما در آگاهی بخشی می توانیم بسیار مؤثر باشیم.

بخش عمده دیگر، این است که این بحث را به صورت پیامی تلویحی و ضمنی در دل برنامه ها و فیلم های رسانه بگنجانیم که این کار تاکنون صورت نگرفته است.

در بحث الگوسازی، الگوها محیط جامعه را می سازند. در اصطلاح قرآنی «ملأ»، یعنی کسانی که چشم ها را پر می کنند. شخصیت های بزرگ جامعه ملأ هستند. خداوند متعال، در آیات ۱۱ و ۱۲ سوره تحریم، حضرت مریم و زن فرعون را به عنوان الگو، نه فقط به زنان مؤمن، بلکه به کل جامعه انسانی معرفی می کند. بنابراین، باید الگوهای گذشته و فعلی را معرفی و برجسته کنیم.

اگر مرتب از حجاب حضرت فاطمه زهرا۳ بگوییم، تأثیری نخواهد داشت، ولی وقتی شخصیت پرجاذبه و جایگاه اجتماعی ایشان به مردم معرفی شود، مردم، خود به خود به سمت الگوپذیری از حجاب ایشان می روند. باید شخصیت ایشان را از نظر علمی بررسی کنیم.

_ خانم لعیا اعتماد سعید: اولین قدم و مهم ترین کار، ریشه یابی مشکل است. بدحجابی در مناطق مختلف، ممکن است علت های مختلفی داشته باشد. ما باید خرده فرهنگ ها و مناطق را دقیق و جداگانه بررسی و تحلیل و نظام آموزشی را بازنگری کنیم. حتی در معماری نیز تجدیدنظر کنیم. نوع سبک زندگی ما که امروز بیشتر به سوی سبک زندگی مدرن و غربی

متمایل است، شاید مهم ترین علت کم رنگ شدن عفاف در جامعه باشد. ما نباید فقط به فکر اصلاح و ترمیم غشا و پوسته باشیم، بلکه باید تا هسته موضوع را بشکافیم؛ در غیر این صورت، درمان های سطحی بر روی پوسته بی تأثیر خواهد بود.

یکی از نکات بسیار مهم دیگر در این عرصه، خودداری از صرف هزینه های بیهوده و هماهنگ بودن ارگان های مختلف دست اندرکار این موضوع، به منظور جلوگیری از موازی کاری است. البته من معتقدم اگر این کار از سیستم دولتی بیرون بیاید و به نهادهای مردمی سپرده شود، بسیار زودتر نتیجه خواهد داد. با این حال، اگر قرار است نهادهای دولتی در این حوزه فعالیت کنند، باید فعالیت های آنها همسو و در یک راستا باشد. یک بیلبورد با شعارهای کلیشه ای، نمی تواند هیچ گونه تأثیر مثبتی در تحکیم عقیده باحجاب ها به حجاب و پای بند کردن بدحجاب ها به حجاب داشته باشد. همچنین، آن فیلمی که از تاریخچه ادیان می گوید و اثبات می کند که حجاب در همه ادیان بوده است، هیچ تأثیری در این دو قشر ندارد و فقط به عنوان گزارش کار برای شبکه ای مفید است که آن را تولید و پخش کرده است.

ـ دکتر مریم حاج عبدالباقی: باید نخست با این حالت لجبازی مقابله شود. در این اقدامات، باید عملکرد و سیاست مسئولان، هماهنگ و هم گرا باشد. راه مقابله با بدحجابی این است که از هنر و قدرت هنر استفاده کنیم تا آنان را تحت تأثیر قرار بدهیم؛ زیرا زنان به هنر، گرایش و کشش درونی سرکوب نشدنی دارند و نمی توانند در مقابل آن مقاومت کنند.

ـ دکتر کریم خان محمدی: اصلاح گر باید به علل پیدایش پدیده ای مثل

بـدحجابی که آسـیبی اجتماعی است، توجه داشـته باشد و آنها را از بین ببرد. یکی از عوامل ساختاری بدحجابی، بزرگ شدن شهرهـا و کـاهش کنترل هاست. در این مسـئله بایـد محله ها را احیا کنیم؛ یعنی بایـد در شـهرهای بزرگ، شـهرها و محله های کوچک احیا شود. هرکس متعلق به یک محله باشـد، تا بداند که کنترل می شود. یعنی باید مساجد و محله ها احیا و NGOها توسعه یابد. با ترویج NGOها و عضویت افراد مختلف در آنها، رفتار اعضا کنترل می شود.

اشـتغال زنان نیز ایجاب می کنـد که لباس آنها با شـغل شان متناسب باشـد. ما باید برای لباس های متناسب با روز، الگو معرفی کنیم، ولی در این زمینه بسـیار ضـعف داریم. بنـابراین، اگر در جـامعه تغییرات ساختـاری داریم بایـد به سـرعت الگوی بهینه و متناسب با جامعه را معرفی کنیم که رسانه ملی باید عهده دار معرفی آن باشد.

در زمینه علـل فرهنگی نیز بایـد از تهـاجم فرهنگی جلوگیری کنیم و این کـار، با کنترل و فیلترینگ امکان پـذیر نیست. ما باید جامعه را واکسینه و هویت سازی کنیم.

در مرحله دوم، توجه داشته باشیم که با دست خود زمینه های تهاجم را ایجاد نکنیم. باید به دنبال کیفیت فیلم باشیم، نه کمیت آن. اگر فرد تعریف مثبتی از انحراف دریافت کند، آن انحراف را می آموزد و انجام می دهد. اما اگر انحراف را مثبت تعریف نکنیم، افراد باهویت این کار را انجام نمی دهند.

ـ حجت الاسـلام و المسـلمین محمدرضا زیبایی نژاد: اصـلاح اساسـی باید در کل مناسـبات زندگی بشـری رخ دهد. گفتمان خانواده گرایی در برابر فردگرایی باید تقویت و مسلط شود. هنگامی که گفتمان فردگرایی در عرصه

اقتصاد، سیاست و در عرصه‌های مختلف حاکم شده است، خانواده ها نیز فردگرا می شوند؛ یعنی برداشتی که فرزندان ما از خانواده دارند، غیر از نسل گذشته است. نسل حاضر، خانواده را عنصری حمایتی می دانند و از خانواده انتظار دارند که در کار آنها مداخله نکنند؛ چون در فضای فردگرایی قرار دارند و معتقدند که پدر و مادر وظیفه دارند مخارج و جهیزیه را تهیه کنند و شغل هم بدهند، ولی در خطاها او را هدایت نکنند یا در امور خصوصی اش مداخله نکنند. اگر بخواهیم انقلابی در زمینه عفاف و حجاب رخ دهد، باید شبکه معنایی فردگرایی را حذف کنیم و به جای آن، شبکه معنایی خانواده گرا راه اندازی کنیم؛ زیرا ارزش های خانوادگی، پیوندهای خانوادگی و عفت، در ذیل گفتمان خانواده گرایانه تولید می شود. تربیت جنسی باید در گفتمان خانواده تقویت و اقتدار خانواده تضمین شود. رسانه ملی باید به خانواده اقتدار دهد و آن را تقویت کند. آموزش و پرورش و نظام اقتصادی نیز باید این جریان را تقویت کنند. سیستم اقتصادی گاه نهاد خانواده را تقویت می کند و گاه نمی کند.

سیاست تشویق برای تشکیل خانواده، باید در اولویت باشد. برای تقویت ارزش های خانواده گرایانه می توان اقداماتی انجام داد، ولی باید توجه داشته باشیم که اگر مرزهای ارتباطی ما با دنیا قطع بود و می توانستیم برای خودمان تصمیم بگیریم، بر اوضاع تسلط نسبی داشتیم؛ ولی چون رسانه و ارتباط، در مقیاس جهانی تعریف می شوند، اختیار و قدرت ما محدود است.

برای اصلاح در وضعیت حجاب باید یکی از این دو فرض را بپذیریم: اول اینکه عفاف و حجاب را ارزش دینی بدانیم. در این صورت، کل ساختارها و سبک زندگی به گونه‌ای اصلاح می شود که بستر رشد فضایل اخلاقی و عفت فراهم می شود. این امر ان شاءالله در جامعه مهدوی به بهترین

شکل محقق خواهد شد. قدرت ما در حال حاضـر محدود است. در مقیاس کوچک تر آن، موضوع تربیت جنسی مطرح است. اگر بخـواهیم به مسـئله عفـاف و حجـاب به عنـوان ارزشـی اخلاقی و دینی تـوجه کنیم، بایـد دربـاره موضوع تربیت جنسـی با محـوریت خـانواده از کـودکی و نوجـوانی برنـامه ریزی کنیم. فرض دوم این است که حجـاب را قـانونی اجتمـاعی بـدانیم که رعـایت آن واجب است. همـان طور که بسـتن کمربنـد ایمنی یک قانون است، حجاب نیز قانون و مصوب مجلس است و باید همه رعایت کننـد. در این صورت، لازم است فرهنگ قانون گرایی و قانون مداری در جامعه تقویت شود و کسـی برای اجرای قـانون، چـانه زنی و اجتهـاد به رأی نکنـد و فرد، قانون گرا تربیت شود. پرورش انسان های قانون گرا، هم وظیفه خانواده و هم نظام تربیت رسمی و غیررسمی است.

در اینجـا لازم است به نکته ای مهم اشاره کنم؛ ما در ادبیات فقهی حوزه واجبات و محرمات را با حساسـیت پیگیری می کنیم، امـا به حوزه مباحـات اهتمام نـداریم؛ زیرا حوزه آزادی هاست. این در حالی است که شـیاطین، نخست در حوزه مباحات وارد می شوند و سـپس ما را به واجبات و محرمات بی اعتنا می کنند. ازاین رو، بر این باورم که نظام اسلامی باید به حوزه مباحات، بر اساس گفتمان دینی توجه کند. اگر ما این بخش را مدیریت نکنیم، دشمنان مدیریت می کنند. اگر معتقد باشیم کودکی که به سن تکلیف نرسـیده، باید کاملاً آزاد باشد، دیگران او را مدیریت می کنند. متأسـفانه در نظام تربیتی هنوز اختلالاتی موجود است.

ـ دکتر سـید حسـین شرف الـدین: اجرای اصـلاحات فرهنگی و ایجـاد تغییرات اجتماعی، کاری طولانی مـدت و به سیاسـت گذاری، برنامه ریزی و مدیریت

ص:۷۸

اجرایی هماهنگ نیازمند است. عفاف و حجاب، از موضوعاتی است که به دلیل کثرت ابعاد و حواشی، نهادها و سازمان های متعددی به صورت مستقیم و غیرمستقیم با آن در ارتباط هستند. اگر وضع نامطلوب کنونی را در کنار عوامل تاریخی و ساختاری و انگیزه های فردی، از ضعف عملکرد و ناهماهنگی نهادها و سازمان های مسئول در سال های اخیر ناشی بدانیم، اصلاح این وضعیت نیز تا حد زیاد، به همکاری و انسجام کارکردی و رفتاری این سازمان ها متناسب با مأموریتشان، زمینه ها و ظرفیت های محیط و مدیریت کلان جامعه، بستگی خواهد داشت. البته دیدگاه هایی نیز وجود دارد که امید دستیابی به وضعیت مطلوب در موضوعاتی چون عفاف و حجاب را به دلیل وقوع طیفی از تحولات گسترده و عمیق در سطوح فردی و اجتماعی و اوضاع و شرایط حاکم بر جهان معاصر، بی اساس و ناشی از نوعی خوش بینی کارگزاران می دانند. این سنخ مهندسی ها به دلیل ناهمسویی با اقتضائات کارکردی و ساختاری و روندهای نهادی شده، چندان با توفیق همراه نخواهد بود. افزون بر اینکه «وضع مطلوب» نیز به عنوان غایت سیاست ها و برنامه ریزی های فرهنگی کشور، به دلیل ماهیت کیفی، بسیار انعطاف پذیر و به عبارتی امری نسبی، تشکیکی و ذومراتب است و دست یابی به هر سطح، در گرو دست یابی به مرحله پیشین است. صرف نظر از این اختلاف های نظری، برای رسیدن به سطح آرمانی مطلوب یا دست کم کاهش فاصله با آن و امکان کنترل برنامه ریزی شده محیط و هدایت روندهای عادی به مسیرهای همسو با انتظارات فرهنگی نظام اسلامی، انجام دادن یک سری اقدامات به هم پیوسته اجتناب ناپذیر خواهد بود. در ادامه، به برخی از این اقدامات و بایسته های متناسب با وظایف و رسالت فرهنگی دولت اسلامی اشاره می کنیم: تلقی بی حجابی و بدحجابی به عنوان یک

معضـل فرهنگی بسـیار مخرب و در عین حال درمان پـذیر؛ انجام مطالعات و تحقیقات گسترده و روشـمند برای شـناسایی دقیق وضـعیت فعلی، رونـدهای جـاری و برآورد وضـعیت هـای محتمـل در آینـده؛ شـناسایی علل و عوامل مؤثر در ایجاد و تشـدید معضل؛ بازبینی و واکاوی سـیاست ها و اقدامات صورت گرفته در سال های اخیر و نتایج به دست آمده؛ پایان دادن به سیاست هـای ناپایـدار و تغییر رویه هـای مکرر؛ طراحی و تـدوین نظـامی جـامع از سـیاست نامه ها و دسـتورالعمل های اجرایی سلسـله مراتبی و دارای چینش طولی نظـام وار متناسب با خواسـته ها و نیازها، انتظارات و مطالبات، اقتضائات زمانی و مکانی، امکانات و موانع و چالش های موجود؛ تمهید کارشـناسانه ملزومات اجرایی این سـیاست ها؛ تعیین دقیق وظایف و مأموریت های نهادها و سازمان های رسـمی مسـئول، سازمان های مـدنی مردم نهاد، کانون های مـذهبی و عمومی مردم؛ ایجاد هماهنگی با برنامه و متوازن میـان این مجموعه هـا از طریق واحـدهای سـتادی؛ در نظر گرفتن ضـمانت اجراهای لازم برای تحقق به موقع هر یک از سیاست های مرحله ای؛ تقویت انگیزه در بـدنه مدیریتی و اجرایی کشور؛ نظارت و مراقبت و رصد هوشـمندانه اوضاع فرهنگی و اجتمـاعی کشور به صورت پیوسـته؛ تلاـش همه جـانبه برای فرهنـگ سـازی متناسب، از طریق اقـدامات متوازن سازمان های فرهنگی ـ تبلیغی مسـئول؛ طراحی و تدوین الگوهای پوششـی مطلوب و متناسب با سـطح نیاز و پرهیز از اصـرار و الزام به یک الگو با وجود تفاوت و تنوع ضرورت ها و اقتضائات؛ در نظر گرفتن امکانات برای دستیابی آسان و ارزان به لباس های الگویی و توصـیه شـده؛ شـناسایی و تـا حـد امکان، بسـتن یا محـدود ساختن مجاری ورود اقلام فرهنگی ناهمخوان و مخرب؛ مخالفت عملی با خواسته های ناهمخوان سازمان های بین المللی؛ نظارت بیشتر بر محصولات فرهنگی مورد استفاده

ص:۸۰

قشر نوجوان و جوان (مثل فیلم ها و سریال ها، بازی ها، کتاب ها، نشریات، عکس ها و موسیقی ها)؛ نظارت بیشتر بر جنبه های فرهنگی مکـان هـای حضور قشـر نوجوان و جوان (سـینماها، ورزشـگاه هـا، سـالن های ورزشـی، مـدارس، دانشـگاه ها، مراکز آموزش آزاد، تالارها، پارک ها، قهوه خانه ها، آرایشـگاه ها و مانند آن)؛ برخورد قاطع با عوامل انتشار ابتذال؛ اِعمال سیاسـت هـای تشـویقی در سـطوح مختلـف برای تقویت موضع ملتزمـان به رعـایت هنجارهـا به ویژه سازمـان هـای فعـال در این بخش؛ اصـلاح نظام آموزشـی با هدف اهتمام به رشد شخصـیت، بلوغ همه جانبه، پرورش اخلاقی، تقویت هویت جنسی، رشد اخلاق جنسـی و آموزش الگوهـای تعامـل جنسـیتی متعلمـان؛ سـرمایه گـذاری همه جانبه برای رشـد تـدریجی علوم اجتماعی بومی با رویکرد اسلامی و متناسب با نیاز، با هدف تقویت بنیه علمی و پژوهشی نظام مدیریت کشور در سطوح مختلف؛ احیا، ترویج و تقویت سـنت امر به معروف و نهی از منکر؛ حمـایت برنـامه ریزی شـده از ناهیـان از منکر و تقویت اقتـدار آنها؛ برنامه ریزی و تلاش سازمان یافته برای رفع تدریجی مشکلات موجود در مسیر کاریابی، اشتغال، ازدواج و مسکن جوانان.

در هر حال، از دولت اسـلامی انتظار می رود در همه سـیاست ها و تدابیر ریز و درشت خود، مصالح جمعی و نه لزوماً رضایت جمعی را در نظر گیرد.

ـ دکتر ابراهیم شـفیعی سروسـتانی: نخستین کار برای اصلاح این وضعیت، شناخت دقیق جنبه های گوناگون پدیده بدحجابی است. همـان طـور که اشـاره کردم، پدیـده بـدحجابی در ایران، پدیـده ای چنـدوجهی و برخاسـته از علـل و عوامـل گونـاگون فرهنگی، تربیتی، آموزشی، اقتصادی و سیاسی

ص:۸۱

است. تا این پدیده به خوبی درک و شناخته نشود، نمی توان به اصلاح وضعیت کنونی امیدوار بود.

پس نخستین قدم، شناخت دقیق پدیده بدحجابی است.

قدم بعدی، برطرف کردن و اصلاح علل و عواملی است که به تشدید وضعیت کنونی حجاب در ایران کمک می کند؛ یعنی همان پنج یا شش عاملی که اشاره کردم؛ چه عوامل داخلی، چه عوامل خارجی. باید اقدامات اصلاحی، اول متوجه عواملی باشد که به آنها اشاره کردم. بنابراین، یکی از اولین پیش نیازها برای اصلاح وضع کنونی، تدوین راهبرد و برنامه ریزی کلان فرهنگی نظام جمهوری اسلامی است. در این برنامه و راهبرد کلان، بحث حجاب و بحث کارآمدسازی خانواده ها و کارآمدسازی دستگاه های فرهنگی، آموزشی و تبلیغی و رسانه ای بسیار مهم است. باید هم در قانون گذاری و تدوین آیین نامه ها و مقررات و هم در اجرا، ثبات نسبی ایجاد کنیم.

بحث بعدی که باید در این راستا به آن توجه کرد، هماهنگ سازی دستگاه های مختلف فرهنگی، آموزشی و تربیتی در این حوزه است. نکته مهم دیگر، تلاش برای خنثی سازی تأثیر رسانه های بیگانه و به تعبیر دیگر، واکسینه کردن مردم در برابر آسیب های این رسانه هاست که این، یکی از مشکل ترین کارهای ما در این حوزه است. اولاً باید مردم را متوجه خطرهای این شبکه ها کنیم؛ ثانیاً بکوشیم با ایجاد شبکه های مختلف و متنوع، نیازهای گوناگون فرهنگی مردم، به ویژه کسانی را که به شبکه های ماهواره ای روی می آورند، تأمین کنیم. از همه مهم تر، اعتمادبخشی به مردم است تا به رسانه داخلی و برنامه های آن اعتماد کنند و همه نیازهای خود را از طریق شبکه های داخلی تأمین سازند.

ص:۸۲

ایجاد تنوع برای مخاطب و داشتن شبکه های مختلف برای اینکه مخاطب به سراغ شبکه های ماهواره ای نرود، به این معنا نیست که همان جنس برنامه هایی که شبکه های ماهواره ای نمایش می دهند، در شبکه های خودمان نمایش دهیم. اگر مخاطب صدا و سیمای جمهوری اسلامی به این دلیل پای رسانه ملی بنشیند که برنامه هایش دقیقاً مشابه برنامه های ماهواره ای است، این نشان می دهد که ما در اهداف خود به اشتباه رفته ایم؛ قرار نیست مخاطب، همان شبکه های ماهواره ای را ببیند. بنابراین، نباید به قیمت جذب مخاطب، ارزش ها و هنجارهای خود را زیر پا بگذاریم؛ بلکه باید چارچوب ها و ضوابط مخاطبمان را حفظ کنیم.

باید توجه داشت کسی که جذب شبکه های فیلم و سریال و نمایش ماهواره ای می شود، کاملاً از حوزه پیام های ما خارج می شود؛ چه پیام های سیاسی، چه پیام های اعتقادی. بنابراین، نگه داشتن بیننده پای رسانه ملی، فقط به منظور سرگرم کردن او نیست؛ بلکه تا زمانی که او، پای رسانه ملی می نشیند، می توانیم امیدوار باشیم که ضمن تماشای برنامه های سرگرم کننده، پیام های اعتقادی و سیاسی ما را نیز دریافت می کند. بنابراین، برای ما بسیار مهم است که مخاطبمان از رسانه ملی جدا نشود، ولی حفظ این مخاطب، به این معنا نیست که از اصول و ارزش های خود چشم پوشی کنیم و به همان چارچوب ها و الگوهای نمایشی ماهواره ای تن بدهیم تا مخاطب را حفظ کنیم. تجربه نشان داده است رسانه ملی ما مزیت هایی دارد که رسانه های رقیب ندارند و هرگاه سراغ این مزیت ها رفتیم، مخاطب را جذب کردیم. کم نیست سریال هایی که هم ضوابط و چارچوب ها در آنها رعایت شده است و هم توانسته اند مخاطب جذب کنند؛ به گونه ای که در ساعت پخش آنها، به جای شبکه های ماهواره ای، مردم به طرف سریال های داخلی جذب شده اند.

ـ دکتر نیره قوی: نخست باید میان فرهنگ دینی و فرهنگ خانواده، توازن و تعادل ایجاد شود و برای انجام اقدامات ایجابی یا سلبی، به تـأثیر فرهنـگ دینی، فرهنـگ خـانواده و فرهنـگ معارض توجه کنیم. اگر بتوانیم اضـلاع مختلف این مثلث را خوب بشناسـیم و فرهنـگ خـانواده را مبتنی بر فرهنـگ دینی قرار دهیم و پی آمـدهای منفی و مخرب فرهنگ معارض را به جوان ها درست منتقل کنیم، وضـعیت کنونی را تا حدی رو به اصلاح می بریم. اقدام دوم این است که در پوشش های مناسب اسلامی تنوع ایجـاد شود؛ نه تنوع به معنـایی که امروز ایجـاد شـده و وضـعیت را بـدتر کرده؛ تنوع در رنگ، تنوع در پوشـش، تنوع در زیبایی که هیچ تعارضـی با دین ندارد. اقدام سوم این است که در مقاطع آموزشی، از همان مقطع مهد کودک، سپس دبستان، راهنمـایی، دبیرسـتان و دانشـگاه، مبـاحثی به متن آموزش اختصـاص داده شود؛ یعنی کارشـناسان بحث عفـاف و حجـاب را با رویکرد روان شناسـی، جامعه شناسی و رویکرد اخلاقی و دینی، بررسی کنند و با توجه به مقطع سنی مخاطب، موضوع وجوب حجاب و پی آمـدهای مثبت آن را توضـیح و ساعت هایی از آموزش را به آن اختصاص دهنـد. رسانه دراین باره سـهم زیادی دارد، تا حدی که طبق نظرخواهی ها، هنرپیشه ها بیشترین نقش الگودهی را برای جوانان دارند. از دیگر اقداماتی که می تواند وضعیت کنونی را به سمت بهبود سوق دهد، برگزاری یک سری نمایشگاه های دائمی است که تنوع پوشش های مناسب را به روز اطلاع رسانی کند.

نکته مهم دیگر اینکه پوشش باید ضابطه مند شود. پس نخست، کارکرد ایجابی را باید در نظر بگیریم، ولی در همه دوره ها و زمان ها، در بخش های مختلف جامعه، همیشه یک سری قانون گریز هستند. این

قـانون گریزی علـل متفـاوتی دارد که بایـد بررسـی شود؛ آیا قانون را نمی داننـد یا قصـد دهن کجی به آن را دارنـد؟ یا اصـلاً معارض قانون هستند؟ با اینها باید رفتارهای متفاوتی داشته باشیم.

_ خـانم فروغ نیلچی زاده: از راهکـار هـای تشویقی اسـتفاده شود. برای مثـال، اگر افرادی به حجاب معتقدنـد _ نه اینکه فقط چـادری باشـد _ در هفته زن، رئیس سازمـان، اول به آنهـا سـر بزنـد و از آنهـا تجلیـل کنـد. این تجلیل بعـدها اثر می گـذارد. همچنین امکان رشد و موقعیت شغلی برای افراد باحجاب فراهم شود.

در رفتارسازی اجتماعی بایـد مقاوم بود. بایـد برای محجبه ها تسـهیلاتی قائل شویم. در اینجا در دو مقوله باید کار شود: ۱. در رفتارسازی با مخاطب؛ ۲. در تولید محتوا.

می گویند اگر می خواهید بچه در خانواده ای که پدر و مادرش بسیار فرهیخته یا پولدارند درست تربیت شود، کاری کنید که به فرهیختگی پـدر و مادر خود یا پول آنها ننازد و خودش باشـد. بایـد از این سیسـتم الگو بگیریم. اگر همه چیز را به حکومت نسپاریم، شـروع به تولیـد محتوای اسـلامی می کنیم. وقـتی خود تولیـد محتوا کنیم، حتی در خـارج از کشور نیز بـاز خودمـان هستیم.

اومانیته و خودمحوری و بحث اصالت شـخص، همه چیز را خراب کرده است. بحث سـر این است که چگونه می توان این پیام خداونـد را به قلب مخاطب پیونـد زد. باید توجه کرد که مخاطب چه چیزی را قبول دارد، چه چیز را قبول ندارد. هفته زن، ایام فاطمیه و ایام محرم، فرصتی برای فرهنگ سازی است. ما به صورت جدی درباره فرهنگ ناب حجاب

حضرت زهرا۳ کـار نکرده ایم. بایـد به اصول (اومـانیسم) حمله کنیم؛ زیرا این اصول را قرآنی نمی دانیم. من معتقـدم در تبلیغ دینی، به سبک سازی نیاز داریم. در بحث گفتمان درون دینی، خلاقیت های خود مانند میراث طب سنتی را از دست داده ایم. ما میراث ارزشمندی داریم که می توانیم احیا و با نوآوری های امروز همراه کنیم.

ــ دکتر محمـدعلی هرمزی زاده: اقـدامات اصـلی، اقـدامات فرهنگی و تربیتی است. بایـد کـاری کنیم که افراد، خود به ارزش حجـاب پی ببرنـد و متوجه شونـد که حجـاب از همه نظر به نفع آنهـاست. وقتی به ارزش حجـاب پی بردنـد، خودشـان حاضـر نیستند به هیچ قیمتی آن را از دست بدهند. در این زمینه، اقداماتی صورت گرفته، ولی کافی نیست و باید اقدامات مناسب تری صورت گیرد. البته راهکارهـای قـانونی و انتظـامی نیز وجود دارد. راهکارهای فرهنگی نیز البته ابزار و وسـیله خاص خودش را دارد. از طریق مساجد، سـخنرانی ها، کتاب، شـعر، موسـیقی، فیلم، سریال، داستان، رمان و بسیاری روش های دیگر آموزشی و تربیتی، از طریق فرهنگی بایـد برای ترویـج عفاف و حجاب در جامعه اقـدام شود. هر کسـی متناسب با نقش و مسـئولیت خود، بایـد در این زمینه قدمی بردارد؛ پژوهشـگران از طریق کار پژوهشـی، هنرمندان از طریق کار هنری، شاعران از طریق شـعر، فیلم سازان از طریق فیلم سازی، معلمان و مـدرسان از طریق تدریس و از همه مهم تر پدران و مادران از طریق تربیت فرزندان خود. با این کار فرهنگی، نسلی تربیت می شود که به طور قلبی، عفاف و حجاب را باور دارند. به این ترتیب، ما می توانیم به سمت این ارزش فرهنگی حرکت کنیم.

ص:۸۶

نتیجه گیری

جملات کلیدی(اقدامات و بایسته های بهبود وضعیت موجود فرهنگ عفاف و حجاب)

دکتر مسعود آذربایجانی	نگاه علمی به پدیده بدحجابی، پیوند نزدن حجاب به مسائل سیاسی کشور، بهبود وضعیت اقتصادی مردم، معرفی و احیای الگوهای اسلامی و قرآنی از جمله جایگاه اجتماعی حضرت فاطمه زهرا(س)، حضرت مریم و زن فرعون از راهکارهای مهم بهبود وضعیت موجود است.
خانم لعیا اعتماد سعید	ریشه‌یابی مشکل، خودداری از صرف هزینه‌های بیهوده و هماهنگ بودن ارگان‌های مختلف دست‌اندرکار، سامان دادن حرکت‌های مردمی و استفاده از پتانسیل نیروهای مردمی
دکتر مریم حاج‌عبدالباقی	هماهنگی و هم‌گرایی عملکرد و سیاست مسئولان، فرهنگ‌سازی، استفاده از عرق و سنت‌های ایرانی در این راستا.
دکتر کریم خان‌محمدی	هویت‌سازی از طریق مساجد، طراحی لباس‌های متنوع و زیبا متناسب با شغل زنان، جلوگیری از زمینه‌سازی برای تهاجم فرهنگی، فرهنگ‌سازی برای ازدواج آسان و شکل‌گیری نهاد خانواده
حجت الاسلام و المسلمین محمدرضا زیبایی‌نژاد	دیدگاه ما به حجاب و عفاف، باید نگاه به یک ارزش دینی باشد. در این صورت، کل ساختارها و سبک زندگی به گونه‌ای اصلاح می شود که بستر رشد فضائل اخلاقی و عفت فراهم شود. گفتمان خانواده‌گرایی در برابر فردگرایی، باید تقویت و

دکتر مسعود آذربایجانی

نگاه علمی به پدیده بدحجابی، پیوند نزدن حجاب به مسائل سیاسی کشور، بهبود وضعیت اقتصادی مردم، معرفی و احیای الگوهای اسلامی و قرآنی از جمله جایگاه اجتماعی حضرت فاطمه زهرا۳، حضرت مریم و زن فرعون از راهکارهای مهم بهبود وضعیت موجود است.

خانم لعیا اعتماد سعید

ریشه یابی مشکل، خودداری از صرف هزینه های بیهوده و هماهنگ بودن ارگان های مختلف دست اندرکار، سامان دادن حرکت های مردمی و استفاده از پتانسیل نیروهای مردمی

دکتر مریم حاج عبدالباقی

هماهنگی و هم گرایی عملکرد و سیاست مسئولان، فرهنگ سازی، استفاده از عرق و سنت های ایرانی در این راستا.

دکتر کریم خان محمدی

هویت سازی از طریق مساجد، طراحی لباس های متنوع و زیبا متناسب با شغل زنان، جلوگیری از زمینه سازی برای تهاجم فرهنگی، فرهنگ سازی برای ازدواج آسان و شکل گیری نهاد خانواده

حجت الاسلام و المسلمین محمدرضا زیبایی نژاد

دیدگاه ما به حجاب و عفاف، باید نگاه به یک ارزش دینی باشد. در این صورت، کل ساختارها و سبک زندگی به گونه‌ای اصلاح می شود که بستر رشد فضائل اخلاقی و عفت فراهم شود.

گفتمان خانواده گرایی در برابر فردگرایی، باید تقویت و مسلط شود؛ زیرا ارزش ها و پیوندهای خانوادگی و عفت در ذیل گفتمان خانواده گرایانه تولید می شود.

تربیت جنسی باید در گفتمان خانواده، تقویت و اقتدار آن تضمین شود.

یکی از هنرها این است که عزت اجتماعی را به سمتی هدایت کنیم که شرع می پسندد.

دیدگاه ما به حجاب و عفاف، باید نگاه به یک ارزش دینی باشد. در این صورت، کل ساختارها و سبک زندگی به گونه‌ای اصلاح می شود که بستر رشد فضائل اخلاقی و عفت فراهم شود.

گفتمان خانواده گرایی در برابر فردگرایی، باید تقویت و

ص:۸۷

	مسلط شود؛ زیرا ارزش‌ها و پیوندهای خانوادگی و عفت در ذیل گفتمان خانواده‌گرایانه تولید می‌شود. تربیت جنسی باید در گفتمان خانواده، تقویت و اقتدار آن تضمین شود. یکی از هنرها این است که عزت اجتماعی را به سمتی هدایت کنیم که شرع می‌پسندد.
دکتر سید حسین شرف‌الدین	انجام مطالعات و پژوهش های گسترده و روشمند برای شناسایی دقیق وضعیت موجود روندهای جاری و برآورد وضعیت‌های محتمل در آینده. طراحی و تدوین الگوهای پوششی مطلوب، متناسب با سطح نیاز و پرهیز از اصرار و الزام به یک الگو با وجود تفاوت و تنوع ضرورت‌ها و اقتضائات. نظارت بیشتر بر جنبه‌های فرهنگی اماکنی که قشر نوجوان و جوان در آن حضور دارند (سینماها، ورزشگاه‌ها، سالن‌های ورزشی، مدارس، دانشگاه‌ها، مراکز آموزش آزاد، تالارها، پارک‌ها، قهوه‌خانه‌ها، آرایشگاه‌ها و...) اصلاح نظام آموزشی با هدف اهتمام به رشد شخصیت، بلوغ همه‌جانبه، پرورش اخلاقی، تقویت هویت جنسی، رشد اخلاق جنسی و آموزش الگوهای تعامل جنسیتی متعلمان
دکتر ابراهیم شفیعی سروستانی	شناخت دقیق وجوه گوناگون پدیده بدحجابی کارآمدسازی خانواده‌ها و کارآمدسازی دستگاه‌های فرهنگی، آموزشی و تبلیغی و رسانه‌ای

مسلط شود؛ زیرا ارزش ها و پیوندهای خانوادگی و عفت در ذیل گفتمان خانواده گرایانه تولید می شود.

تربیت جنسی باید در گفتمان خانواده، تقویت و اقتدار آن تضمین شود.

یکی از هنرها این است که عزت اجتماعی را به سمتی هدایت کنیم که شرع می پسندد.

انجام مطالعات و پژوهش های گسترده و روشمند برای شناسایی دقیق وضعیت موجود روندهای جاری و برآورد وضعیت های محتمل در آینده.

طراحی و تدوین الگوهای پوششی مطلوب، متناسب با سطح نیاز و پرهیز از اصرار و الزام به یک الگو با وجود تفاوت و تنوع ضرورت ها و اقتضائات.

نظارت بیشتر بر جنبه های فرهنگی اماکنی که قشر نوجوان و جوان در آن حضور دارند (سینماها، ورزشگاه ها، سالن های ورزشی، مدارس، دانشگاه ها، مراکز آموزش آزاد، تالارها، پارک ها، قهوه خانه ها، آرایشگاه ها و...)

اصلاح نظام آموزشی با هدف اهتمام به رشد شخصیت، بلوغ همه جانبه، پرورش اخلاقی، تقویت هویت جنسی، رشد اخلاق جنسی و آموزش الگوهای تعامل جنسیتی متعلمان

شناخت دقیق وجوه گوناگون پدیده بدحجابی

کارآمدسازی خانواده ها و کارآمدسازی دستگاه های فرهنگی، آموزشی و تبلیغی و رسانه ای

هماهنگ سازی دستگاه های مختلف فرهنگی، آموزشی و تربیتی در این حوزه

تلاش در راستای خنثی سازی تأثیر رسانه های بیگانه و واکسینه کردن مردم در برابر آسیب های این رسانه ها

شناخت دقیق وجوه گوناگون پدیده بدحجابی

کارآمدسازی خانواده ها و کارآمدسازی دستگاه های فرهنگی، آموزشی و تبلیغی و رسانه ای

ص:۸۸

	هماهنگ‌سازی دستگاه‌های مختلف فرهنگی، آموزشی و تربیتی در این حوزه تلاش در راستای خنثی‌سازی تأثیر رسانه‌های بیگانه و واکسینه کردن مردم در برابر آسیب‌های این رسانه‌ها
دکتر اصغر فهیمی‌فر	در ابتدا باید مبنا را روی عفاف بگذاریم، اگر بتوانیم عفاف را به فرهنگی خودخواسته تبدیل کنیم، خود به خود حجاب نیز نهادینه می‌شود. انسان اگر با آزادی راهی را انتخاب کند، انتخابی جاودان است. یکی از اقدامات فرهنگی، زیباسازی چادر و حجاب است. انسان ذاتاً زیباخواه است. اگر حجاب مصداق زیبایی باشد، همه می‌پذیرند.
دکتر نیره قوی	ایجاد توازن و تعادل بین فرهنگ دینی و فرهنگ خانواده. ایجاد نمایشگاه‌های دائمی که تنوع پوشش‌های مناسب را الگویابی و اطلاع‌رسانی کند. پوشش در رسانه باید ضابطه‌مند اجرا شود.
خانم فروغ نیلچی‌زاده	باید یک قرارگاه تربیتی و فرهنگی با یک نقشه راه مهندسی داشته باشیم که به شخص خاصی وابسته نباشد.
دکتر محمدعلی هرمزی‌زاده	اقدامات اصلی، اقدامات فرهنگی و تربیتی است. باید افراد خودشان به ارزش حجاب پی ببرند و متوجه شوند که حجاب از همه نظر به نفع آنها است.

هماهنگ سازی دستگاه های مختلف فرهنگی، آموزشی و تربیتی در این حوزه

تلاش در راستای خنثی سازی تأثیر رسانه های بیگانه و واکسینه کردن مردم در برابر آسیب های این رسانه ها

در ابتدا باید مبنا را روی عفاف بگذاریم، اگر بتوانیم عفاف را به فرهنگی خودخواسته تبدیل کنیم، خود به خود حجاب نیز نهادینه می شود. انسان اگر با آزادی راهی را انتخاب کند، انتخابی جاودان است.

یکی از اقدامات فرهنگی، زیباسازی چادر و حجاب است. انسان ذاتاً زیباخواه است. اگر حجاب مصداق زیبایی باشد، همه می پذیرند.

ایجاد توازن و تعادل بین فرهنگ دینی و فرهنگ خانواده.

ایجاد نمایشگاه های دائمی که تنوع پوشش های مناسب را الگویابی و اطلاع رسانی کند.

پوشش در رسانه باید ضابطه مند اجرا شود.

باید یک قرارگاه تربیتی و فرهنگی با یک نقشه راه مهندسی داشته باشیم که به شخص خاصی وابسته نباشد.

اقدامات اصلی، اقدامات فرهنگی و تربیتی است. باید افراد خودشان به ارزش حجاب پی ببرند و متوجه شوند که حجاب از همه نظر به نفع آنها است.

ص:۸۹

بررسی سهم نهادهای مختلف در اصلاح وضعیت موجود عفاف و حجاب

ـ هریک از نهادها و سازمان های علمی، آموزشی، پژوهشی، انتظامی و قضایی، چه سهمی در اصلاح وضعیت موجود عفاف و حجاب دارند؟

ـ دکتر مسعود آذربایجانی: ما باید بی حجابی را معضلی ملی و در حد بحران بدانیم و نگاه ملی و همه جانبه به آن داشته باشیم. ازاین رو، باید در شورای فرهنگ عمومی شورای عالی انقلاب فرهنگی، وظایف نهادهای مختلف در این زمینه مشخص شود و کارهایی صورت بگیرد تا به تعبیر خداوند در قول قرآن کریم، مردم فوج فوج به سوی دین بیایند و در درجه آخر، کار به نیروی انتظامی محول شود. به تعبیر روایات، آخرین روش و دوا، داغ گذاشتن است. بنابراین، باید چندین حلقه در جامعه ایجاد کنیم. وظایف خانواده ها، آموزش و پرورش و تعلیم و تربیت خانواده، رسانه ها و نهادهای تبلیغی مانند روحانیت و مسجد باید مشخص شود. وقتی اینها تعیین شد، تأثیر نیز وجود دارد.

اگر دولت را متولی ارزش ها و فرهنگ بدانیم و به خصوص غلبه با دولت باشد، مخالفت سیاسی با دولت، به ارزش ها نیز سرایت می کند؛ یعنی با همه ارزش های دینی که دولت متولی آن باشد، مخالفت می شود و این خوب نیست.

در حقیقت، در درازمدت، آحاد جامعه به دلیل مخالفت سیاسی، با ارزش های سنتی، دینی و اخلاقی مخالف می شوند. به همین دلیل، دولت در این زمینه نباید به صورت مستقیم و آشکارا وارد شود، بلکه باید در پشت صحنه باشد و سازمان های مردم نهاد را تقویت و پشتیبانی کند. البته این سخن به این معنی نیست که دولت هیچ وظیفه ای ندارد.

ـ هریک از نهادها و سازمان های علمی، آموزشی، پژوهشی، انتظامی و قضایی، چه سهمی در اصلاح وضعیت موجود عفاف و حجاب دارند؟

ـ دکتر مسعود آذربایجانی: ما باید بی حجابی را معضلی ملی و در حد بحران بدانیم و نگاه ملی و همه جانبه به آن داشته باشیم. ازاین رو، باید در شورای فرهنگ عمومی شورای عالی انقلاب فرهنگی، وظایف نهادهای مختلف در این زمینه مشخص شود و کارهایی صورت بگیرد تا به تعبیر خداوند در قول قرآن کریم، مردم فوج فوج به سوی دین بیایند و در درجه آخر، کار به نیروی انتظامی محول شود. به تعبیر روایات، آخرین روش و دوا، داغ گذاشتن است. بنابراین، باید چندین حلقه در جامعه ایجاد کنیم. وظایف خانواده ها، آموزش و پرورش و تعلیم و تربیت خانواده، رسانه ها و نهادهای تبلیغی مانند روحانیت و مسجد باید مشخص شود. وقتی اینها تعیین شد، تأثیر نیز وجود دارد.

اگر دولت را متولی ارزش ها و فرهنگ بدانیم و به خصوص غلبه با دولت باشد، مخالفت سیاسی با دولت، به ارزش ها نیز سرایت می کند؛ یعنی با همه ارزش های دینی که دولت متولی آن باشد، مخالفت می شود و این خوب نیست.

در حقیقت، در درازمدت، آحاد جامعه به دلیل مخالفت سیاسی، با ارزش های سنتی، دینی و اخلاقی مخالف می شوند. به همین دلیل، دولت در این زمینه نباید به صورت مستقیم و آشکارا وارد شود، بلکه باید در پشت صحنه باشد و سازمان های مردم نهاد را تقویت و پشتیبانی کند. البته این سخن به این معنی نیست که دولت هیچ وظیفه ای ندارد.

ـ خانم لعیا اعتماد سعید: این نهادها و سازمان ها بیشترین تأثیر را نهادهای آموزشی می توانند داشته باشند؛ البته در برخی موارد، مراکز پژوهشی نیز می توانند به عنوان پایه کار و کمک کننده، به کمک نهادهای آموزشی بیایند، ولی به نظر من مراکز انتظامی و قضایی به جز در موارد بسیار اندک، نباید وارد این عرصه شوند.

ـ دکتر مریم حاج عبدالباقی: نخستین نهادی که بسیار مؤثر است، خانواده است. رکن خانواده، والدین هستند. اگر والدین به مسئله عفاف و حجاب عقیده داشته باشند، بچه های آنها نیز به طور طبیعی به حجاب اعتقاد خواهند داشت. آموزش این موارد از طریق مدارس امکان پذیر است؛ به ویژه در مقطع دبستان که خانواده ها کاملاً در برابر مدرسه تسلیم هستند و برای پیشرفت فرزندانشان هم که شده، سیاست های مدرسه را اجرا می کنند. بنابراین، بیشترین اثرگذاری را خانواده و مدرسه دارند. البته نمی گویم صدا و سیما تأثیر ندارد؛ بلکه معتقدم می تواند فرهنگ سازی کند، اما من بیشترین سهم را برای مدرسه و خانواده قائل هستم. طبیعی است که برخوردهای نیروی انتظامی و قوه قضائیه نیز باید قاطع باشد، نه خشن. قاطعیت به معنای خشونت و داشتن برخورد سخت نیست. کارهای علمی و پژوهشی نیز بسیار اثرگذار است.

بچه ها در مدرسه می آموزند چرا باید در برخی کارها دخالت داشته باشند و چرا در برخی کارها نباید دخالت کنند. حریم خصوصی و حریم عمومی چیست؟ اینها را به فرزندان آموزش ندادیم، سپس می گوییم که فردگرایی حاکم شده است.

بر اساس آیه ۱۰۲ سوره بقره، شیاطین از میان تمام کارکردهای سحر که زیر نظر ابلیس بود، کارکردی را استفاده کردند که میان زن و مرد را

تفرقه می انـداخت و در حقیقت، سـلول های جـامعه را بیمـار می کرد. سـلول هـای جـامعه، خانواده ها هسـتند. بحث عفاف و حجاب نیز از این نظر مهم است که اگر عفاف و حجاب آسـیب ببیند، خانواده آسـیب می بیند. وقتی در جامعه موازین و حریم ها رعایت نمی شود، روابط خانواده رو به سردی می گراید و ضعیف می شود یا به دوستی های پنهان می انجامد.

ما باید حمله گر باشـیم؛ یعنی ببینیم دشمنان از چه ابزاری برای هجوم فرهنگی استفاده می کنند؟ ما نیز همان ابزارها را انتخاب کنیم و مقـابله فرهنگی کنیم؛ به این ترتیب، فرهنـگ سازی می شود. دشـمنان فیلم می سازنـد و فحشا را تبلیغ می کننـد؛ ما در مقابل فیلم بسازیم و حیا را تبلیغ کنیم. البته در این زمینه کار کردیم، ولی نه با دیدگاه تولید و صدور.

در تولیدات خود از عرق ایرانی نیز استفاده و سنت های ایرانی را که بر عفاف و حجاب منطبق است، تبلیغ کنیم.

برنامه های رسانه های ملی نیز بیشتر به تبلیغ مستقیم می پردازند. اگر سریالی برای حجاب تولید می کنیم، نباید صرفاً آدم های آن حجاب داشته باشند، بلکه حاصل و بازتاب این سریال، نهادینه شدن فلسفه حجاب در ذهن بینندگان باشد.

ـ دکتر کریم خان محمـدی: اگر بخواهیم مشـکل حل شود، بایـد بـدانیم چه کسانی باید نقش آفرینی کنند. به نظر می رسـد نخستین رکن، مساجـد هسـتند. در مقوله عفاف و حجاب، باید حوزه علمیه و روحانیان نقش داشـته باشـند؛ آن هم در مساجد. مسـجد، باید پایگاهی اسلامی و فرهنگی باشد. دومین رکن، نهادهای آموزشی هستند؛ دبستان و راهنمایی و سپس دبیرستان و دانشگاه. در حال حاضر اگر در دانشگاه کار کنیم، فایده

ندارد؛ زیرا شخصیت دانشجویان شکل گرفته است. در مرحله سوم، رسانه ملی باید کار فرهنگی کند.

در مرحله چهارم، دیگر نهادها را مؤثر می دانم و نیروی انتظامی و قوه قضائیه در مرحله آخر است. یکی از آسیب های آخرالزمان به فرموده رسول اکرم۹ «کَثُرَ الشُرَط» است. شرطه؛ یعنی پاسبان. اگر بخواهیم جوانی را کنترل کنیم، نخست باید با او با مدارا رفتار و به او محبت کنیم، مشورت بدهیم، کار و شغل و شرایط ازدواج را فراهم کنیم. سپس اگر مرتکب خلاف شد، او را مجازات کنیم.

وقتی جوانان عضو این مسجد شدند، دیگر نمی توانند بدحجاب باشند؛ زیرا همدیگر را می شناسند. ما به انقلابی فرهنگی نیاز داریم و آن انقلاب، این است که باید بودجه بسیاری از نهادها را به مساجد منتقل کنیم و نخبه های طلاب را به مساجد بازگردانیم. همان طور که حضرت امام فرمودند: «مساجد سنگرند، سنگرها را پر کنید»، همه فعالیت ها باید در مسجد متمرکز باشد.

ـ حجت الاسلام و المسلمین محمدرضا زیبایی نژاد: از یک سو، مقوله حجاب سیاسی شده است و کاندیداها در انتخابات این اختیار را پیدا کرده اند که در مورد مسائل شرعی چانه زنی کنند. از دیگر سو، آن را به انقلاب سیاسی پیوند می زنند که حجاب، نماد زن مسلمان سیاسی و انقلابی می شود. اگر حجاب را به سیاست پیوند زنیم، افراد برای نشان دادن نارضایتی سیاسی خود از آن استفاده می کند و این بسیار بد است.

ـ دکتر سید حسین شرف الدین: نهادها و سازمان های متعددی به طور مستقیم و غیرمستقیم، در موضوع عفاف و حجاب دخالت دارند یا به

دلیـل موقعیت و نقش هـای اجتمـاعی شـان، از آنهـا انتظار مشارکت می رود. شورای عالی انقلاب فرهنگی؛ وزارت فرهنگ و ارشاد اسـلامی، به ویژه معاونت های درگیر در امر تولید و نظارت بر اقلام فرهنگی مانند کتاب، نشـریه ها، فیلم های سـینمایی، بـازی هـای رایـانه ای، موسـیقی، ویـدئوکلوپ هـا، کـافی نت هـا، سـالن هـای تئاتر، سازمان تبلیغات اسـلامی، شورای فرهنگ عمـومی، سازمـان ملی جوانـان، وزارت آمـوزش و پرورش، وزارت علـوم، تحقیقـات و فـن آوری، وزارت کشـور؛ وزارت اطلاعات، وزارت بازرگانی، کمیسـیون فرهنگی مجلس شورای اسـلامی، نیروی انتظامی، صـدا و سـیما، سـتاد امر به معروف و نهی از منکر، شورای فرهنگی اجتمـاعی زنـان، سازمـان فرهنگی هنری شـهرداری هـا، و سازمـان تربیت بـدنی از جمله سازمان هایی هستند که در این زمینه مسئولیت هایی تعریف شده دارند.

همـان گونه که پیش تر نیز به اجمـال بیـان شـد، دولت بایـد افزون بر فعـال سـازی این سازمـان ها، زمینه مشارکت هرچه بیشتر خانواده ها، سازمان های مدنی مردم نهاد و عموم مردم را در قالب فریضه امر به معروف و نهی از منکر، در این امر مهم، فراهم سازد.

ـ دکتر ابراهیم شـفیعی سروسـتانی: اگر بخواهیم تفصیلی بحث کنیم و سهم هر یک از نهادها و سازمان ها را تبیین کنیم، باید بـه طرح راهکارهـای اجرایی گسـترش فرهنـگ عفـاف و حجـاب اشـاره کنیم؛ چـون در آن طرح، برای ۲۶ دسـتگاه که برخی آموزشـی و پژوهشی هستند، برخی انتظامی و قضایی و برخی اجرایی، تعیین وظیفه و تکلیف شده و در نوع خود، بسته کامل و نسبتاً جامعی است. این طرح در دسترس همه وجود دارد و مطالعه آن امکان پذیر است. آنچه در این زمینه از همه

مهم تر است، هماهنگی این اقدامات است؛ یعنی ممکن است دستگاه های پژوهشی ما درباره موضوع حجاب بسیار خوب کار کرده باشند یا دستگاه های انتظامی، برخوردهای انتظامی لازم با موضوع بدحجابی را داشته اند، ولی تا زمانی که هر کدام از دستگاه ها جدا از همدیگر اقدام می کنند، ما به نتیجه مطلوب نمی رسیم.

سؤال فرعی ـ شما فرمودید که دستگاه ها باید هم افزا عمل کنند. من فکر می کنم نظر شما بیشتر بر نهادها متمرکز است، نه بر مخاطب این برنامه ها؛ اگر برای حجاب، نهادها همگی دست به دست یکدیگر بدهند و کار کنند، باز بسیاری از مردم می گویند نه، من فکر نمی کنم لزوماً با چادر حجابم حفظ شود. بسیاری از اوقات می بینیم همان آسیب هایی که یک دختر مانتویی در جامعه متحمل می شود، دختر چادری نیز متحمل می شود. چطور اینها قابل جمع است؟

سیاست های تبلیغی و ترویجی ما در حوزه عفاف و حجاب، باید به گونه ای باشد که مخاطب دریابد این موضوع، به سود خود اوست و آثار و پی آمدهایش به خود او برمی گردد. نکته ای که در تبلیغ و ترویج عفاف و حجاب همواره بر آن تأکید می کنیم، این است که خانم ها حجابشان را حفظ کنند تا مردها به گناه نیفتند؛ یعنی نفعش به مردها می رسد. خانم ها نیز در پاسخ به ما می گویند: مردها چشمشان را حفظ کنند تا به گناه نیفتند! در حقیقت، روش تبلیغ و تکیه کلام ما در تبلیغ حجاب اشتباه است. به همین دلیل، خانم ها احساس نمی کنند که داشتن عفاف و حجاب به نفع خودشان است و می گویند به نفع مردهاست. چیزی که باید بر آن تأکید کرد، تغییر روش های تبلیغی و

ترویجی در حوزه عفـاف و حجـاب است و اینکه بتوانیم فلسـفه حجـاب را متناسب با مخاطب امروزی، تبلیغ و ترویـج کنیم؛ به گونه ای که مخاطب درک کند که حفظ عفاف و حجاب، به سود خود اوست، نه به سود مردان. خداوند وقتی در قرآن کریم مؤمنان را امر می کنـد که اگر از زنان پیامبر چیزی خواستیـد، از پشت پرده از آنان بخواهیـد؛ می گویـد: «ذَلِکُمْ أَطْهَرُ لِقُلُوبِکُمْ وَقُلُوبِهِنَّ؛ این برای دل های شما و دل آنها پاکیزه تر است». (احزاب: ۵۳)

سؤال فرعی ـ آیـا نهـاد یا مرکزی وجود دارد که بر اجرای طرح راهکارهای اجرایی گسترش فرهنگ عفاف و حجاب نظارت کند؟

در دولت قبـل چـون ۲۶ دسـتگاه اجرایی مهم، وزارت خـانه و سازمـان، مسـئول این موضوع بودنـد، بایـد مهم ترین شخصـیت اجرایی کشور؛ یعنی رئیس جمهور خودش پیش از همه مسئولیت این موضوع را می پذیرفت تا بتواند این موضوع را هماهنگی کنـد، ولی اجرای این طرح به وزیر ارشـاد نیز واگـذار شـد. وزیر ارشـاد نیز آن را به دبیرخـانه شورای فرهنگ عمومی واگـذار کرد؛ یعنی دبیر شـورای فرهنـگ عمـومی کشـور، هماهنـگ کننـده و پیش برنـده این موضوع شـد. مشـخص است که شورای فرهنگ عمومی نمی توانـد جایگاه مناسبی برای هماهنگ کردن این ۲۶ دسـتگاه باشد؛ یعنی این دستگاه ها حرف شنوی لازم را از آن نهـاد نداشـتند و در عمـل نیز شـورای فرهنـگ عمـومی در اجرای این موضـوع موفق نبود. بعـدها که این نهـاد در این موضوع دچار مشکل شد، آن را به وزارت کشور واگذار کرد. اکنون وزارت کشور نقش هماهنگ کننده را بر عهده دارد.

ـ دکتر اصغر فهیمی فر: مسئولان با رفتار و گفتار اسلامی خود می توانند مردم را به سمت عفاف و حجاب جلب کنند. به قول شاعر:

اسلام به ذات خود ندارد عیبی

هر عیب که هست از مسلمانی ماست

چرا در کشورهای غربی، با وجود آن همه مقاومت و مخالفتی که در برابر اسلام می کنند، رشد اسلام بالاست؟ یکی از بزرگان هالیوودی که مسلمان شده، از اسلام چه دیده است؟ او اصول اخلاقی اسلام و سیره پیغمبر را دیده است. او فهمیده که هیچ کدام از ائمه کاخ نداشته اند. پیامبر نیز کاخ نداشته و با عرب معمولی نشست و برخاست می کرده است. این عوامل انسان را به سوی حجاب و اسلام جذب می کند. او شنیده است که پیامبر، عزیز ترین مخلوق خداوند، اگر به پول دارها کمی لبخند بزند و با فقیر کور کمی تروش رویی کند، خدا سریع او را مؤاخذه می کند.

ـ دکتر نیره قوی: اغلب، در این زمینه، به طرح های مختلف نیروی انتظامی اشاره می کنند. این روش، تنها روش مناسب در بحث عفاف و حجاب در شرایط کنونی نیست. در بین نهادهای علمی ـ فرهنگی، پژوهش های بسیاری درباره حجاب صورت گرفته. در بحث تقنین و قانون هم کمتر کاستی داریم. اینکه هر کدام از بخش هایی که نام بردید، سهمی دارند، درست است، ولی به یقین، هم سویی مجموعه هاست که در بهبود این وضعیت مؤثر خواهد بود. از همه مهم تر، بحث اجراست. آیا فقط نیروی انتظامی مسئولیت بهبود وضعیت عفاف و حجاب را دارد؟

هرگاه می گویند حجاب بهتر شده است، تداعی می شود که شاید دوباره می خواهند طرح های انتظامی را اجرا کنند. باید دقت کنیم. در فرایند بهبود

وضـعیت عفاف و حجاب، مجموعه این مراکز تأثیر دارنـد، نه فقط نیروی انتظامی. به ویژه مراکز نظارت بر حسن اجرای قوانین و مقررات در مراکز مختلف دولتی، باید مستمر مشغول باشند، نه فصلی و مقطعی.

ـ خانم فروغ نیلچی زاده: همه سازمان ها دخیل هستند. دستگاه ها و مؤسسات فرهنگی، آموزش وپرورش و سپس آموزش عالی، قلب و مغز جامعه هستند. بچه ها هشت ساعت را مستقیم و غیرمستقیم در مدرسه هستند. اگر مکتوبات و متون درسی و مخاطبان و کارگزاران علمی، به شکل صحیح فعال باشند، بی شک اصلاحات، عمیق خواهد بود.

از مهم ترین آسیب ها، نابسامانی موقعیت زنان در خانواده و گم شدن نقش مادری در تربیت است. برخی مادرها این روزها، نقش مادری را به خوبی ایفا نمی کننـد و بچه ها یتیم بزرگ می شونـد. سازمانی که کار تربیت را بر عهده دارد، باید از نقش کلیدی پدر و مادر شروع کند. اگر قرار باشد دستگاه ها و سازمان ها با هم کار کنند، باید یک بار به آن مصوبه سه قوا در راستای عفاف وحجاب نگاه مجدد بیندازیم.

بسیاری از اوقات، دستگاه ها موازی عمل نمی کننـد، بلکه متقاطعند. ما به یک قرارگاه تربیتی نیاز داریم. یک آدم باحجاب سعی می کند در هر چیزی این حجاب را رعایت کند. این برای شما یک فرهنگ شده است. اگر قرار است ما در این موضوع هماهنگ حرکت کنیم، باید یک قرارگاه تربیتی و فرهنگی با یک نقشه راه مهندسی داشته باشیم که به شخص خاصی وابسته نباشد تا با رفتن آن شخص، کار انجام نشود. همه مؤسسات و دستگاه هایی که در امر عفاف و حجاب دخیل هستند، به قرارگاه فرهنگی نیاز دارند که برتری علمی داشته باشند و مردم آنها را بپذیرند.

ـ دکتر محمدعلی هرمزی زاده: هر کدام از نهادها در این زمینه سهمی دارند. برای مثال، نهادهای انتظامی و قضایی موظف هستند بُعد اجباری حجاب را در جامعه اِعمال کنند. چون اسلام، رعایت حداقل هایی را برای هر کس در جامعه لازم می داند. حتی کسی که به حجاب اعتقاد ندارد، برای حضور در جامعه، باید حجابش را رعایت کند و اگر رعایت نکرد، پای نیروی انتظامی به میان می آید. بنابراین، کار دستگاه های انتظامی و قضایی، مراقبت از رعایت حداقل ها و ظواهر است، ولی کار دستگاه های فرهنگی مانند صدا و سیما، مدارس، خانواده ها و مراکز پژوهشی و علمی و رسانه ای، تبلیغی و فرهنگی است.

بررسی سهم رسانه ملی در اصلاح وضعیت موجود عفاف و حجاب

سهم رسانه ملی را در این زمینه چگونه ارزیابی می کنید و چه وظایف و مسئولیت هایی برای آن قائلید؟

ـ دکتر مسعود آذربایجانی:

نخست باید رسالت و کارکردهای رسانه ملی را بدانیم. به نظر من رسانه ملی چند کارکرد مهم دارد:

اولین کارکردش، کارکرد آموزشی است؛ یعنی آگاهی بخشی به مردم درباره چیزهایی که نمی دانند.

دومین کارکرد آن، فرهنگ سازی است. فرهنگ سازی یک کار تربیتی و بالاتر از آموزش است؛ یعنی تزریق هنجارها و ارزش ها به مردم؛ یعنی ارزش ها را جزء باور و به آستانه باورپذیری نزدیک کردن.

سومین وظیفه و کارکرد رسانه ملی، این است که در این زمینه هم گرایی ایجاد کند. در این سخن، یک نکته ظریف روان شناسی

ص:۹۹

اجتماعی نهفته است. گاه می خواهیم هنجاری را وارد جامعه کنیم و گاه بالاتر از آن، می خواهیم این هنجار را به شعائر ملی تبدیل کنیم؛ مانند پرچم ایران یا زبان فارسی که برای ما ارزشمند است. اگر هنجاری را به ارزشی ملی تبدیل کنیم، پذیرش آن برای مردم بسیار راحت تر است. از اهرم های قوی که در این زمینه، در اختیار ماست، بحث هویت یابی است.

بنابراین، کارکرد سوم رسانه ملی، کارکرد اختصاصی این رسانه است و دو کارکرد دیگر را به آموزش و پرورش، دانشگاه و رسانه های دیگر مانند روزنامه می توان سپرد، ولی رسانه ملی با توجه به فراگیری، در بخش سنت های ملی و فرهنگ سازی، می تواند هم گرایی ایجاد کند و کارکرد مهمی داشته باشد.

_ خانم لعیا اعتماد سعید: سهم رسانه ملی در این عرصه بسیار زیاد است و یکی از کارهای مهمی که باید انجام دهد، الگوسازی است. کاری که دیگر کشورها می کنند، این است که افراد مورد نظر خود را به عنوان الگو مورد توجه قرار می دهند، ولی ما در این زمینه ضعف داریم. به نظر من دو بازوی اصلی در امر ترویج فرهنگ عفاف و حجاب، رسانه و نهادهای آموزشی هستند.

_ دکتر کریم خان محمدی: ۱. رسانه ملی باید نگاه سیستمی داشته باشد. نداشتن نگاه سیستمی باعث می شود، ما اشتباهاتی انجام دهیم که دشمن در تهاجم فرهنگی از آن سوء استفاده کند. نگاه سیستمی یا ساختاری، مثل بازی شطرنج است. وقتی شطرنج بازی می کنیم، هم خودمان باید درست عمل کنیم و هم باید نگاه کنیم که طرف مقابل چه حرکتی انجام

می دهد تا آن را خنثی کنیم. پس ما نیز باید به رسانه های غربی توجه داشته باشیم تا اشتباه نکنیم. رسانه ملی باید به درستی حجاب را تبیین و حجاب و شکل دهی الگوی آن را درست بیان کند.

۲. معرفی الگوی بهینه؛ یعنی ساخت سریال هایی جهت دهنده به سمت حجاب با مضامین عالی؛ سریال هایی که به حجاب جهت می دهد.

۳. سومین نقش رسانه ملی، پرهیز از کج کارکردهاست؛ یعنی کاری نکند که کارکردهای پنهان داشته باشد؛ مثل سریال کلید اسرار که می خواهیم بگوییم در این عالم، ماورایی هست و اسراری هست، ولی این اسرار به حجاب ربطی ندارد. به نظر من در تمام مراحل سیاست گذاری، تولید، نظارت و ساخت، باید متخصصانی باشند که نظارت کنند. همچنین باید در رسانه ملی یک شورای سیاست گذاری متشکل از افراد مختلف داشته باشیم. ما به نخبه های جامعه کم اهمیت می دهیم. از نخبه های مذهبی و حتی غیر مذهبی، باید استفاده کرد.

ـ دکتر سید حسین شرف الدین: در نظام جمهوری اسلامی، بخش مهمی از رسالت و مأموریت خطیر فرهنگ سازی، به رسانه ملی واگذار شده که بزرگ ترین، پررونق ترین و اثرگذارترین سازمان و کنشگر فعال فرهنگی اجتماعی است. مرکز طرح و برنامه رسانه ملی در بخش سیاست های عمومی برنامه سازی مصوب سال ۱۳۸۵، در بند ۴ ـ ۱ به بخشی از وظایف سازمانی خود درباره بایسته های عفاف و حجاب توجه کرده است. بی شک، رعایت این بایسته ها می توانند بخش زیادی از انتظارات عمومی جامعه مؤمنان را تأمین کند. در ادامه، به مواردی از آن که متناسب با سؤال شماست، اشاره می شود:

۱. طراحی لباس نباید با معیارهای زیباشناختی، محتوای برنامه، شخصیت مورد نظر و ارزش های فرهنگی مغایرت داشته باشد؛

۲. پوشش مورد استفاده در برنامه ها نباید مروج تجمل گرایی و اشرافی گری باشد؛

۳. استفاده از لباس های مروج مدهای غیربومی و الگوهای مغایر با فرهنگ اسلامی و زمینه ساز فرهنگ بیگانگان، برای مردان و زنان ممنوع است؛

۴. پوشش نباید تداعی کننده لباس شهرت (انگشت نما شدن) باشد و نیز نباید حالت خودآرایی و تحریک کنندگی داشته باشد؛

۵. پوشش باید آراسته، پاکیزه و با محتوای برنامه متناسب باشد، مگر در مواردی که فضای برنامه شرایط دیگری را اقتضا کند؛

۶. لباس زنان باید تمامی بدن آنها را به استثنای صورت و دو دست تا مچ، بپوشاند؛

۷. در پوشش نباید از لباس های منقوش به آرم، تصاویر نامتعارف، نوشته ها و نمادهای فرهنگی بیگانه، علایم فرقه های ضاله وگروه های منحرف، نمادها و علایم بازرگانی بدون دلیل برنامه سازی خاص، استفاده شود؛

۸. در برنامه ها لازم است شأن و منزلت چادر به عنوان حجاب برتر رعایت شود و از چادر در نقش های منفی و حقیر و نازل استفاده نشود؛ مگر هنگامی که نقش منفی، آشکارا از چادر سوءاستفاده یا استفاده ابزاری کند. در چنین وضعیتی لازم است در کنار شخصیت منفی، شخصیت مثبت با پوشش چادر نیز در آن برنامه وجود داشته باشد؛

۹. از نشان دادن مادران چادری در کنار دختران جوان غیرچادری باید تا حد امکان پرهیز شود؛ مگر اینکه اقتضای داستان و شخصیت پردازی چنین امری را ایجاب کند؛

ص:۱۰۲

۱۰. در برنـامه ها، اسـتفاده از لباس هایی با رنگ ها و مـدل های نامتعارف و نامناسب، هرگونه لباس، پیراهن و مانتوی تنگ و چسبان و نیز لباس های کوتاه، ممنوع است؛

۱۱. اسـتفاده از بلوز، پیراهن و لبـاس هـای رنگی نامنـاسب به عنوان پوشـش خـانم ها در خارج از منزل و در ارتباط با نامحرم، ممنوع است؛

۱۲. برنامه های صدا و سـیما باید مروج پوشـش کامل برای زنان، شامل چادر یا مانتو همراه با شلوار و مقنعه و جوراب با رنگ های مناسب و سنگین باشد؛

۱۳. در پوشش زنان، استفاده از مقنعه به عنوان جزئی از پوشش برتر، ترویج شود؛

۱۴. اسـتفاده از روسری در پوشش خانم ها، باید به گونه ای باشد که شانه ها و برجستگی های سینه را بپوشاند؛ بر اساس بند ۵ ـ ۱ مصوبه برنامه سازی، آرایش سر و صورت افراد در برنامه ها باید نشان دهنده متانت، عفاف و وقار و متناسب با هنجارها و ارزش هـای دینی باشـد. استفاده از خـانم هـای آرایش کرده در برنـامه های تلویزیونی ممنوع است و گریم اشـخاص نبایـد با معیارهای زیباشـناختی، محتوای برنامه ها، شخصـیت مورد نظر و ارزش های فرهنگی مغایر باشـد. نکات دیگری نیز در تکمیل پاسخ وجود دارد که در ادامه و در پاسخ به پرسش های دیگر، به آنها اشاره خواهد شد.

ـ دکتر ابراهیم شـفیعی سروستانی: معتقدم پس از خانواده، دو نهاد بیش از همه در نهادینه سازی ارزش ها و باورها در جامعه مؤثرند: اول آموزش و پرورش و دوم رسانه ملی.

ص:۱۰۳

بر اساس آمارها، اطلاعات و تجربه، امروزه نقش هیچ وسیله و رسانه ای به اندازه صدا و سیما نیست. اگر همه دستگاه های فرهنگی یک طرف قرار گیرند و صدا و سیمای جمهوری اسلامی در یک طرف قرار گیرد، بی شک، نقش رسانه ملی در انتقال باورها و ارزش ها بیش از همه دستگاه های فرهنگی است. بی تردید، نقش رسانه ملی در گسترش فرهنگ عفاف و حجاب بسیار مهم و مؤثر است. حوزه اثرگذاری رسانه ها شامل حوزه شناختی، حوزه عاطفی و حوزه رفتاری است.

رسانه های ما در هر سه حوزه، می توانند اثرگذار باشند. در بحث خاص ما که عفاف و حجاب است، رسانه ملی هم در زمینه شناختی؛ یعنی ایجاد شناخت و معرفت لازم درباره فرهنگ حجاب، فلسفه حجاب و چیستی و چرایی حجاب نقش دارد و هم در حوزه عاطفی؛ یعنی بحث علاقه ها و تنفرها، عشق ها و محبت ها اثرگذار است که باید با عملکرد و برنامه هایش در مخاطب، نسبت به عفاف و حجاب محبت و عشق ایجاد کند. سوم در حوزه رفتارهاست که رسانه ملی نباید به افزایش شناخت مخاطب بسنده کند، بلکه برون داد برنامه های رسانه ملی باید ایجادکننده رفتار همراه با عفاف و حجاب در جامعه باشد. اگر رسانه ملی بتواند در این زمینه عمل کند، بی شک، عملکرد مطلوبی داشته است. بخشی از وظایف و مسئولیت های رسانه ملی در این زمینه به این شرح است:

۱. آموزش احکام حجاب و روابط زن و مرد

آشنا ساختن مخاطبان، به ویژه جوانان و نوجوانان، با موضوع هایی چون حدود و چارچوب های شرعی حجاب، احکام فقهی روابط زن و مرد و

ضوابط حاکم بر نگاه، رفتار و گفتار هر یک از آنها، یکی از آغازین گام ها برای ترویج فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه است.

۲. تبیین فلسفه و چرایی عفاف و حجاب

نسل جوان، امروز احکام شرع را کمتر بر اساس تعبد محض می پذیرد و بیشتر در پی دانستن فلسفه و چرایی این احکام است. ازاین رو، رسانه ملی در ترویج و گسترش فرهنگ عفاف و حجاب باید به این موضوع توجه داشته باشد و فلسفه والای لزوم رعایت عفاف و حجاب در برابر جنس مخالف را برای آنان به خوبی تبیین کند.

۳. ترویج و نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب

ترویج و نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه و تبدیل آن به فرهنگ عمومی قشرهای گوناگون جامعه، به اقدام های فرهنگی گسترده، متنوع و پیگیر نیازمند است. در این زمینه، رسانه ملی نقشی بسیار مهم تر و تعیین کننده تر از دیگر نهادها و سازمان های فرهنگی دارد.

۴. معرفی و ترویج الگوهای مناسب عفاف و حجاب

الگوسازی و معرفی نمونه های برجسته، از راه های مؤثر برای ترویج و گسترش اخلاق و رفتارهای پسندیده در میان عموم مردم، به ویژه نوجوانان و جوانان است. ازاین رو، در ترویج و گسترش فرهنگ عفاف و حجاب نیز باید به این موضوع توجه و گروه های هدف را با برجسته سازی الگوهای محبوبشان، به پذیرش فرهنگ عفاف و حجاب تشویق کرد.

ص:۱۰۵

۵. به تصویر کشیدن زنان موفق باحجاب

از دیرباز، یکی از ترفندهای دشمنان برای از بین بردن فرهنگ عفاف و حجاب در جوامع اسلامی، ترسیم چهره ای ناخوشایند از افراد محجبه و معرفی حجاب به عنوان عامل عقب ماندگی و فرودستی زنان بوده است. با وقوع انقلاب اسلامی و حضور چشمگیر و نقش تعیین کننده زنان چادری در این انقلاب و همچنین موفقیت های بی شمار زنان محجبه ایرانی، در عرصه های گوناگون، این ترفند به شکست انجامید و ثابت شد که حجاب، هرگز مانعی برای رشد و شکوفایی استعدادهای زنان مسلمان نیست.

۶. نشان دادن آثار منفی رعایت نکردن عفاف و حجاب

رسانه های وابسته به نظام سلطه و روشن فکران غربزده و منفعل، همواره برابری کامل حقوق زن و مرد، آزادی بی قید و بند زنان و دختران جوان و روابط آزادانه دو جنس مخالف در جوامع غربی را از دستاوردهای مهم دموکراسی لیبرال معرفی و آن را به عنوان الگویی برای زنان و دختران دیگر سرزمین ها مطرح می کنند. آنها هرگز به بحران های گوناگون فرهنگی، اخلاقی و اجتماعی پدیدآمده در این جوامع، اشاره ای نداشته اند؛ بحران هایی که امروز تمامیت فرهنگ و تمدن مغرب زمین را تهدید می کند.

در تبلیغ و ترویج فرهنگ عفاف و حجاب، باید آثار و پی آمدهای بی بندوباری جنسی و رعایت نکردن عفاف و حجاب، به ویژه در جوامع غربی، به بهترین شکل برای جوانان تبیین شود.

ـ دکتر نیره قوی: تلویزیون هنوز هم در کشور نقش مؤثرتری نسبت به همه رسانه ها دارد و از جایگاه مهمی برخوردار است. یکی از کارهای مهم

در صـدا و سـیما این است که برنـامه هـای مخصوص عفـاف و حجاب را مقطعی نکنیم؛ بلکه این برنامه ها بایـد در قالب های مختلف و به صورت مسـتمر و مداوم در طول سال باشد. تلویزیون و رسانه باید مستمر و مداوم در قالب های مختلف، بر اساس ذائقه مخاطب، برنامه داشته باشد.

تلویزیون گاه به بعضـی از موضوعات بایـد نگاه تقویمی داشـته باشد، اما عفاف و حجاب، موضوعی است که در صدا و سـیما بایـد از نگاه تقویمی خارج شود. عفاف در رفتار، باید در محیط خانواده، بین زن و مرد، بین پدر و مادر و فرزندان، بین افراد و همسایگان، بین اسـتاد و شاگرد، بین فروشـنده و مشتری، بین کارگر و کارمنـد و در محیط ها و قشـرهای مختلف وجود داشـته باشد.

نکته دیگر این است که صدا و سیما می تواند ابزار گسترش معروف و نهی از منکر، نه فقط در بحث عفاف و حجاب، بلکه به طور عام باشـد. در سال ۱۳۸۵ قوانین و سـیاست هـای اجرایی افق رسانه مشـخص شـده است. قبل از آن نیز ضوابط و مقرراتی بوده، اما حداقل سیاست های اجرایی افق رسانه که در موارد و اصول مختلف تدوین شده، باید عملی شود.

ـ دکـتر محمـدعلی هرمزی زاده: صـدا و سـیما به دلیـل اینکه فراگیرترین و گسترده ترین رسـانه کشور است، وظـایف بسـیار سنگینی دارد. هیـچ رسـانه ای به فراگیری و گستردگی این دو رسانه نـداریم. رسانه های دیگرماننـد کتاب، روزنامه، سـینما و اینـترنت، هیـچ کـدام این فراگیری را نـدارد. در این میـان، تلویزیـون فراگیرتر است و نمی تـوان خـانه ای پیـدا کرد که در آن تلویزیون نباشد. به همین دلیل، وظایف صدا و سـیما بسـیار سنگین است. بنابراین، باید از این فرصت استفاده و به وظایف خود عمل کند.

ص:۱۰۷

بررسی عملکرد کنونی رسانه ملی در حوزه عفاف و حجاب

_ عملکرد کنونی رسانه ملی را در زمینه گسترش فرهنگ عفاف و حجاب و مقابله با بدحجابی، چگونه ارزیابی می کنید؟

دکتر مسعود آذربایجانی: باید مطابق با ملاک ها و معیارها به ارزیابی و نقد برنامه های رسانه ملی بپردازیم.

ملاک اول: عفاف و حجاب در کنار هم هستند. حجاب جلوه رفتاری عفاف و حیاست. ازاین رو، اگر حجاب را جلوه بیرونی عفاف بدانیم، می بینیم الگویی که رسانه ملی در چند سال گذشته نمایش داده، چگونه بوده است. مثلاً اگر الگوی روابط دختر و پسر و روابط نامحرم را در برنامه ها و سریال ها تحلیل و بررسی کنیم، درمی یابیم اختلاط نامحرم در رسانه، به عفاف و حیا ضربه می زند. زن باید در مقابل مرد نامحرم حدودی را رعایت کند. نوع حرف زدن با نامحرم باید با نوع حرف زدن با همسر و محرم متفاوت باشد. آیا این نکته در فیلم ها و سریال ها رعایت شده است؟

ملاک دوم: الگوی معاشرتی یک دختر در امور اجتماعی و روابط اجتماعی چیست؟ در مورد سبک زندگی، رفتار، برخورد، گفتار، پوشش و مانند آن چگونه باید باشد. این مسئله باید تحلیل شود.

در بحث روان شناسی اجتماعی، می گویند ۷۳ درصد پیام ها از طریق ارتباط غیرکلامی و ۲۷ درصد از طریق ارتباط کلامی منتقل می شود. ارتباط غیرکلامی؛ یعنی نوع نگاه، لحن کلام، جهت گیری بدنی، لمس کردن و نوع حرکات چهره و بدن. در این ارتباط غیرکلامی دختری که در رسانه، فیلم بازی می کند یا حتی در دیگر برنامه ها، آیا ملاک های حجاب و حیا و وقار یک زن مسلمان را دارد یا خیر؟

ملاک سوم: بحث حجاب است. ما بیشتر اوقات، حداقل های حجاب

_ عملکرد کنونی رسانه ملی را در زمینه گسترش فرهنگ عفاف و حجاب و مقابله با بدحجابی، چگونه ارزیابی می کنید؟

دکتر مسعود آذربایجانی: باید مطابق با ملاک ها و معیارها به ارزیابی و نقد برنامه های رسانه ملی بپردازیم.

ملاک اول: عفاف و حجاب در کنار هم هستند. حجاب جلوه رفتاری عفاف و حیاست. ازاین رو، اگر حجاب را جلوه بیرونی عفاف بدانیم، می بینیم الگویی که رسانه ملی در چند سال گذشته نمایش داده، چگونه بوده است. مثلاً اگر الگوی روابط دختر و پسر و روابط نامحرم را در برنامه ها و سریال ها تحلیل و بررسی کنیم، درمی یابیم اختلاط نامحرم در رسانه، به عفاف و حیا ضربه می زند. زن باید در مقابل مرد نامحرم حدودی را رعایت کند. نوع حرف زدن با نامحرم باید با نوع حرف زدن با همسر و محرم متفاوت باشد. آیا این نکته در فیلم ها و سریال ها رعایت شده است؟

ملاک دوم: الگوی معاشرتی یک دختر در امور اجتماعی و روابط اجتماعی چیست؟ در مورد سبک زندگی، رفتار، برخورد، گفتار، پوشش و مانند آن چگونه باید باشد. این مسئله باید تحلیل شود.

در بحث روان شناسی اجتماعی، می گویند ۷۳ درصد پیام ها از طریق ارتباط غیرکلامی و ۲۷ درصد از طریق ارتباط کلامی

منتقل می شود. ارتباط غیرکلامی؛ یعنی نوع نگاه، لحن کلام، جهت گیری بدنی، لمس کردن و نوع حرکات چهره و بدن. در این ارتباط غیرکلامی دختری که در رسانه، فیلم بازی می کند یا حتی در دیگر برنامه ها، آیا ملاک های حجاب و حیا و وقار یک زن مسلمان را دارد یا خیر؟

ملاک سوم: بحث حجاب است. ما بیشتر اوقات، حداقل های حجاب

را زیر پـا گـذاشتیم. برای مثال، مقـداری از موی سـر را برای یک نوع زیبایی و جـذابیت نمایش می دهیم. بنابراین بایـد تأکید شود که حداقل های حجاب رعایت شود.

ملاک چهارم: جایگاه اجتماعی افراد است که پیام غیرمسـتقیم دارد. رسانه، افراد سـطح پایین جامعه، مثل خدمتکار و کارگر و خانواده های سـطح پایین را با حجاب به ویژه با چادر نمایش می دهد، ولی فردی که شخصیت اجتماعی بالا دارد، بی چادر یا بدحجاب است.

ملاـک پنجم: برخورد مردان است. واکنش و برخورد مردان بـا زنـان در تلویزیون و تصویرسازی از مردان، به تحلیلی محتوایی نیاز دارد.

ملاک ششم: ما نباید پیام ناهم گرا به مخاطب بدهیم. چادری بودن به یک سری لوازم نیاز دارد.

ـ خـانم لعیـا اعتماد سـعید: رسانه های غربی، می کوشـند کـدهای پوششـی خود را به مخاطب القا کننـد. چیزی که در رسانه غرب به ویژه سـینمای هالیوود وجود دارد و در رسانه ما جایش خالی است، این است که ما برای باورپـذیر بودن شخصـیت ها در ذهن مخاطب هیـچ تلاشـی نمی کنیم. در نتیجه، مخاطب با شخصـیت ما حتی ارتباط نیز برقرار نمی کند، چه برسد به اینکه او را الگوی رفتـار خود قرار دهـد. در نتیجه، پیام فیلم در ذهن مخاطب به فانتزی و کلیشه تبـدیل می شود و بر او تأثیر معکوس خواهد گذاشت. البته این انتقاد مربوط به زمانی است که هدف ما ترویج حجاب است که مصداق های زیادی ندارد.

ـ دکتر مریم حـاج عبـدالباقی: رسانه ملی، در زمینه حجاب بسـیار کار کرده است. بایـد به پوشـش و رفتار بازیگران نیز توجه شود که برای مثال، با

نامحرم شوخی نکنند یا موی سر آنها پیدا نباشد. اگر چنین توجهاتی در رسانه بیشتر شود، اثرگذاری مثبتی دارد.

مشکل دیگری که با آن درگیر هستیم، غفلت از مردان است. اگر مردی به زنی که دنبال کارهای ناشایست است، اهمیت ندهد، مجبور است که به خانه اش برگردد. صدا و سیما باید روی مرد خوب و پدر خوب سرمایه گذاری کند. پس از انقلاب چقدر روی غیرت مردها در فیلم ها کار شده است. همان طور که می گویم فیلم هایی با هدف تقویت حجاب ساخته شود، باید فیلم هایی نیز با هدف تقویت غیرت ساخته شود.

ـ حجت الاسلام و المسلمین محمدرضا زیبایی نژاد: رسانه ملی در بخشی از مسائل سیاسی، موفق عمل کرده است. همان طور که گفتیم میان افزایش مصرف اقتصادی و افزایش مصرف جنسی ارتباط است. سؤال این است که رسانه ملی در افزایش مصرف تأثیر داشته یا نه؟ عذر رسانه ملی این است که ناچار است بخشی از مخارجش را با تبلیغات تأمین کند. بنابراین، به تبلیغ کالای تجاری بیشتر نیاز پیدا می کند تا هزینه‌اش تأمین شود. در نتیجه، جامعه را به سمت مصرفی شدن می برد و از این طریق به دلالت التزامی، به احساس ناکامی و فقر در جامعه، کم شدن مقاومت در مقابل چالش ها و کم شدن کفّ نفس کمک می کند که در مسئله جنسی نیز اثر می گذارد.

رسانه ملی از ابزارهای تحول در مناسبات اخلاقی جامعه است و علت مهم آن این است که تلویزیون، رسانه مدرنی است که با سختی می خواهد در خدمت اهداف دینی قرار گیرد. رسانه در نمایش دادن خانه و شیوه زندگی یک زوج جوان، با حقیقت تطبیق ندارد. رسانه، زندگی

ص:۱۱۰

طبقه متوسط شهری را بازنمایی می کند و همین بازنمایی هاست که در ساخت واقعیت های جدید مؤثر است؛ یعنی جوانان را به این سمت سوق می دهد که همین شیوه را در زندگی رعایت کنند.

کنترل کردن رسانه در خط مستقیم، بسیار هزینه بر است. از سویی، جامعه هنری، مدرن ترین بخش جامعه ماست. رفتار کسانی که با تفکر مدرن و گفتمان فردگرایی تربیت شده اند، نمی تواند به درستی حامل مفاهیم دینی باشد. وقتی بر اساس فلسفه هنر عوامل جذابیت، جنسیت، طنز، خشونت و هیجان است، شما باید بتوانید بر اساس این عوامل جذابیت، انواع نقش ها را با یکدیگر تمرین و تولید کنید. بنابراین، هنوز فلسفه هنر دینی نداریم و نیروی انسانی را بر اساس الگوهای دینی تربیت نکرده ایم.

نکته دیگر این است که رسانه باید به ارزش های خانوادگی توجه کند. یکی از دانشمندان غربی می نویسد: در جوامعی که ارزش های غیرخانوادگی، حیات اجتماعی بر ارزش های خانوادگی غلبه پیدا می کند، طلاق، روابط جنسی خارج از چارچوب خانواده و اشتغال زنان افزایش می یابد.

ـ دکتر سید حسین شرف الدین: تحلیل های یک سونگرانه بیشتر، رسانه ملی؛ یعنی سیما و در رتبه بعد سینما و محصولات نمایشی را خاستگاه اصلی یا یکی از عوامل بسیار مؤثر در بروز وضعیت کنونی ارزیابی می کنند، با این حال، بی تردید رسانه ملی با توجه به مقبولیت و اعتبار فرهنگی ـ اجتماعی نسبتاً بالا، اعتماد زیاد به جنبه های الگویی آن در مقام سخنگوی فرهنگی و مروج ارزش ها و آرمان های نظام اسلامی، مخاطب انبوه، گستره وسیع، تعدد شبکه ها و تنوع برنامه ها؛ پی آمدهای بالقوه مثبت و منفی فراوانی در همه عرصه های فرهنگی، از جمله عفاف و حجاب برجای می گذارد. عواملی

چون جاذبه های فنی و هنری، تنوع برنامه ها، تکرار در قالب های مختلف، در دسترس بودن، کم هزینه بودن، آسانی نسبی درک محتوا، درگیر ساختن هم زمان چندین حس از حواس پنج گانه، امکان بهره گیری هم زمان از آن با اشتغال به دیگر فعالیت ها و حضور در محیط خانه و جمع صمیمی خانواده، بالا بودن جمعیت جوان کشور، وجود اوقات فراغت فراوان، غلبه فرهنگ شفاهی، ضعف فرهنگ مطالعه، کمبود دیگر امکانات تفریحی و فراغتی در کشور، و ترجیح فراغت خانگی به ویژه برای بانوان به دلیل مشکلات حضور در مکان های تفریحی و فراغت خارج از خانه؛ در مجموع به مقبولیت و مصرف هرچه بیشتر محصولات رسانه ای و اثرپذیری عمیق تر از آن انجامیده است. رسانه ملی نیز مانند دیگر سازمان های فرهنگی، تاکنون اقدام های اساسی و تلاش هایی درخور توجه در موضوع عفاف و حجاب داشته است. رسانه ملی به دلیل ارتباطات گسترده توده ای، بهره گیری مستقیم و متوالی همه قشرها از آن، حساس بودن موضوع های فرهنگی، انگیزه بالا برای بازخورددهی و واکنش مستقیم و غیرمستقیم، دقت و هوشیاری مخاطبان، توقع های زیاد عموم از این سازمان و کنشگر فعال فرهنگی ــ اجتماعی در مقایسه با دیگر سازمان ها و بازتاب سریع ضعف ها و قوت ها بیش از دیگر سازمان های مسئول، در تیررس نگاه های خرده گیرانه، ارزیابی های منتقدانه و رویکردهای آسیب شناسانه قرار دارد. این موقعیت استثنایی برای رسانه، هم می تواند فرصت و هم تهدید به شمار رود. تردیدی نیست که بخشی از مشکلات رسانه ملی در موضوع عفاف و حجاب، بازتاب سیاست های ضعیف و ابهاماتی است که در برنامه ریزی های کلان فرهنگی کشور وجود دارد. به برخی از نکات تکمیلی، در پاسخ به پرسش های بعدی اشاره خواهد شد.

ص:۱۱۲

ـ دکتر ابراهیم شفیعی سروستانی: در سال های اخیر پوشش ظاهری مجریان، هنرپیشگان و بازیگران رسانه ملی نسبت به گذشته بسیار بهبود پیدا کرده است. در حال حاضر، در رسانه ملی، بدحجابی از نوع بدحجابی ظاهری، در مجریان و بازیگران و هنرپیشگان، کمتر دیده می شود. در این زمینه اقدامات خوبی انجام شده و حداقل از لحاظ ظاهری، موارد بدحجابی از رسانه ملی حذف یا کم شده است.

اکنون مکرر می بینیم در سریال ها هنرپیشه های اصلی یا نقش های دوم و سوم، با چادر هستند؛ حجاب خوبی نیز دارند؛ یعنی حفظ پوشش ظاهری، همراه با رفتار و گفتار و نگاه عفیفانه. در ظاهر، بازیگر یا هنرپیشه سریالی چادری است، ولی بسیار راحت با همه صحبت می کند و صمیمی می شود و بسیاری از حرکات و رفتار او، نشان دهنده یک خانم عفیف نیست. رسانه ملی باید مقوله عفاف و حجاب را به طور کامل نمایش دهد.

ـ دکتر اصغر فهیمی فر: عفت و حجاب بسیار عمیق است. چرا چادری که سر دخترهای پِرسُناژ فیلم کردیم، تأثیر ندارد؟ وقتی شما شخصیتی را طراحی می کنید، طرح شخصیت مشخص می کند که این شخصیت باید چادری باشد یا نه. این درست نیست. عفت در فیلم، یعنی شخصیت به گونه ای طراحی شود که زن، عفیف جلوه کند و مرد عفت داشته باشد. در آن صورت، لباس عفیف و عفیفه بر تن او نامناسب نیست. شخصیت در داستان باید دین دار حقیقتی باشد، ولی نیست.

به هر حال، رسانه نقش بسیاری می تواند ایفا کند. می توانیم برای گوینده گان اخبار، لباس های هنجار، زیبا، رنگی و مناسبی طراحی کنیم تا کم کم مردم به پوشش های اسلامی گرایش پیدا می کنند. البته کسانی

بوده انـد که واقعاً چـادر به تن آنها می چسبیـد. مرحوم ملاقلی پور می گفت: «بازیگری داشتیم که چادری نبود، ولی با چادر زنـدگی می کرد. او در یـک فیلم، نقش زن شـهید را بـازی می کرد و در ایـام فیلم برداری بـا چـادر زنـدگی می کرد تا دقیق بتواند با آن ارتباط برقرار کند.» این نشان عقیدتی ماست. اگر کسـی احساس کند به زور چادر بر سرش کردند، از چادر متنفر می شود. یکی از مهم ترین ابزارهـا برای نهـادینه کردن حجاب و ترویـج آن در جامعه، رسانه ملی است؛ ولی با شـناخت دقیق فرم و نه تحمیلی. ممکن است یـک فیلم، یـک صـحنه نمـاز نیز نداشـته باشـد، ولی به شـدت دینی باشـد. در مقابل فیلمی پر از بازیگران چادری باشد، ولی هیچ حس مذهبی در آن نباشد!

من دیـدم کارگردانی یک صـحنه را روی صـحنه دیگر مونتاژ کرد و صـحنه های جـدا از هم هیچ مشـکلی نداشت، ولی وقتی مونتاژ کرد، بسیار اروتیک به نظر می رسید. این یک اصل در مونتاژ است. زِنشتاین،(۱) از بزرگان حوزه مونتاژ می گوید یک تصویر روی یک تصویر دیگر، ایمپکت(۲) می شود و یک تصویر ذهنی ایجاد می شود که این تصویر سوم است. بایـد مراقب اینها باشیم. نگاه دوربین یک نگاه سالک نیست. نشان می دهد که طرف یک میزانسِن برای دوربین خود طراحی نکرده است. دوربین وقتی به صـحنه نمـایش می رود، به جـای انسان و سالک است و بایـد این گونه طراحی شود؛ صـحنه های زیبا طراحی کنـد، تصاویر خیال انگیز بیاورد، مفهوم دعا را دیـداری کرده باشـد. نمونه که من دیـدم، دیزالوهای بسـیار بـدی بود که با هم انجام می دادند. برای مثال، زن و مرد را با هم دیزالو می کردند، تک شات را دیزالو

۱- [۱] . Znshtayn.

۲- [۲] . Impact.

می کردنـد. این نشـان دهنـده پـایین بـودن دانش بصـری کـار گردان است. در رسـانه، بحث فرم مطرح است که چگونه از فرم استفاده کنیم تا تأثیری که بر مخاطب می گـذارد، واقعاً معنوی و پایـدار باشـد. سـریال «مسـیر سبز» درباره خـدا و پیامبر اکرم۹ نبود، ولی بحثی معنوی بود که بر مخاطبان اثر گـذاشت. بسیاری از فیلم های خارجی این گونه هسـتند و با فرم خاص خود، بر مخـاطب اثر معنوی می گذارنـد. این بحث، فنی است. وقتی فیلم نـامه را طراحی می کنیم، بایـد روابط افراد را به طور دقیق، بر اساس روابط و ارتباطات انسانی و اسـلامی طراحی کنیم. مردم به این پیچیدگی های فیلم ها عادت کرده و حتی اصـطلاح فنی آن را یاد گرفته اند.

ـ خانم فروغ نیلچی زاده: در مقوله گسترش فرهنگ عفاف وحجاب، بایـد ابتـدا بینش ایجاد کنیم و بعـد نگرش. سـپس مبـدأ میـل یا گرایش، ایجاد می شود تا در نهایت در فراینـد بلندمـدت به یک منش برسـیم. این در حقیقت، چارچوب اصـلی شـکل گیری فرهنگ عفاف و حجاب است. بینشـی که رسانه ملی ایجاد می کند، باید از نگاه قرآن و اسلام با تأکید بر نگاه اهل بیت باشـد. مـا به عنوان تنهـا کشوری که نگـاه وامـدار به اهل بیت دارد، بایـد این نگاه را در عملکردهای خود جاری ببینیم. آیا در فیلم هـا، سـریال هـا، در حجـاب و پوشـش و آرایش مجریـان و در نقش زنـان و مردان و در آنچه رفتار کردیم، مبنای شـرعی داشتیم و آیـا عملکرد مـا بر مبنـای سـنت و سـیره اهـل بیت بوده و اهـل بیت خواسـتند که ما این گونه دین را معرفی کنیم و یا برعکس عمل کردیم؟

مخاطب جـدی که رسانه ملی در درجه اول بر او اثر می گـذارد، مخاطبی است که ترجیـح می دهد، ببیند و در این دیدن تأثیر بپذیرد. بالاترین حد

اثرپذیری، در قشر جوان و نوجوان و سپس کودکان و بعد از آن، دیگر اقشار است؛ زیرا جوانان، نوجوانان و کودکان ترجیح می دهند اگر از چیزی خوششان آمد، بپذیرند و اگر بدشان آمد، نپذیرند. قرار نیست هنرپیشه ای چادری شود، ولی اگر قرار است کسی در نقش فرد چادری ظاهر شود، باید خودش به چادر معتقد باشد. رفتار دوگانه، آثار تخریبی زیادی دارد؛ از جمله:

۱. آن نوجوان باور می کند که اگر انسان در جامعه رفتار دوگانه داشته باشد، پسندیده است و باید با انسان های متدین، متدین باشد و با انسان های لاابالی، مانند خودشان و در نابسامانی های ارزشی خود به آن پناه می برد و فضای مدرن هم آن را ترویج می کند که اصطلاحاً به آن جَوزدگی گویند.

۲. بسیار طبیعی است که کسی در تصمیم گیری برای حجاب خود، به عنوان کسی که شبیه سازی می کند، این گونه برداشت می کند که من می توانم بعضی جاها چادر سرم کنم و بعضی جاها بدون چادر بیرون بیایم.

۳. چادر اصالتاً جزو باورهای قرآنی، دینی و شرعی ماست و سپس ارزشی و هنجاری. گاهی گرایش و مبدأ میل مخاطب، تحت تأثیر است و بینش آگاهانه رخ می دهد. برای مثال اگر شما در مدرسه معلم چادری خوب و خوش اخلاق داشتید، به حجاب گرایش پیدا می کردید؛ زیرا از او مهربانی دیده بودید. وقتی در یک سریال یک شخصیت خوب، چادری است، شما نیز به چادر گرایش پیدا می کنید و این آگاهانه رخ نمی دهد، بلکه از قالب های روان شناختی و از اثرگذاری تبلیغات استفاده می کند. نوجوانی که در رسانه ملی خانم محجبه ای را دیده که ادای خانم چادری را درمی آورد، چگونه می خواهد با ماهواره بجنگد، در حالی که هنرپیشه های آن با شخصیت واقعی خود جلوی دوربین ظاهر شده اند. حال آیا چیزی از هویت ملی او می ماند؟

ص:۱۱۶

رسانه ملی در مقام تربیتی، نباید به خواسته های عوامانه به ظاهر متمدن متمایل شود.

زیرساخت حجاب، حیا و عفاف است. حجاب فقط پوشش بدن نیست، بلکه پوشش بدن بخشی از حجاب است.

درباره استفاده مردان از رنگ های مختلف، در روایات ضابطه وجود دارد. در روایت داریم که شخصی به منزل امام صادق۷ رفت و دید که ایشان پیراهن سرخی پوشیده است. از ایشان پرسید: چرا شما چنین لباسی پوشیدید؟! حضرت فرمود: «من به خاطر همسرم این لباس را پوشیدم.» این یعنی هرگز ایشان را با این لباس در جامعه ندیدند؛ زیرا در اسلام این رنگ برای مرد مناسب نیست، ولی در حیطه روابط خصوصی میان زن و شوهر پوشیدن آن اشکالی ندارد؛ زیرا تمایل حرامی نیست و برای ایجاد جاذبه های عاطفی استفاده می شود. ما برای اینکه نشان دهیم آدم های متعصبی نیستیم و شادیم، لباس زرد، سبز، قرمز و آبی بر تن مردان می کنیم و با مدل های نامناسب در جامعه نشان می دهیم. حفظ حجاب مفهوم ساز و رفتارساز است. رو گرفتن، جزئی از فرهنگ چادر و یکی از امتیازات چادر است که مقنعه و مانتو و چادرهای جدید، این قدرت را ندارد. ما در فقه، مفهومی داریم به اسم معاونت در گناه، که می گوید: اگر دیدی نگاهی بر تو متمرکز و نامناسب است، وظیفه شرعی داری که خودت را بیشتر بپوشانی. مقنعه و شال چگونه می تواند زن را حفظ کند و بپوشاند؟ یکی از امتیازهای چادر، قدرت روگیری بیشتر است که بتواند او را بیشتر بپوشاند.

زمانی پوشیدن مقنعه حتی در ادارات اجباری بود و فرهنگ عمومی جامعه بر تلویزیون اثر گذاشته بود. فرهنگ جامعه، رسانه را ملزم کرده بود که افراد باحجاب را نشان دهد. طبیعی است که اگر فردی خانواده

مذهبی نداشته باشد، حجاب را از تلویزیون فرا می گیرد. تلویزیون آبی است که از حوض جامعه برداشته شده است. به همین دلیل، نوع فرهنگ عمومی جامعه در فرهنگ رسانه تأثیر می گذارد.

ـ دکتر محمدعلی هرمزی زاده: عملکرد صدا و سیما نیز جزو امور نسبی و تشکیکی است. نقاط قوتش مشخص است. صدا و سیما گاهی برای ترویج عفاف و حجاب، برنامه های خیلی خوبی پخش می کند؛ چه به صورت مستقیم و چه به صورت غیرمستقیم. برنامه هایی که به صراحت درباره عفاف و حجاب ساخته می شود، به صورت مستقیم است. برای مثال، یک روحانی یا یک استاد دانشگاه، با استدلالی قوی و کلامی جذاب، در رادیو یا تلویزیون درباره لزوم حفظ عفاف و حجاب صحبت می کند. همچنین برخی برنامه ها به صورت غیرمستقیم به ترویج عفاف و حجاب می پردازند. برای مثال در یک فیلم یا سریال جذاب یا در زندگی واقعی، یک خانم تحصیل کرده و موفق را نشان می دهیم که دارای عفاف و حجاب کامل است. صدا و سیما در این زمینه گام های خوبی برداشته، ولی به هیچ عنوان کافی نبوده و در مواردی نیز ضعف های زیادی داشته است. بعضی از تحقیقات نشان می دهد در بسیاری از فیلم ها و سریال ها و حتی در رفتار برخی از مجریان زن صدا و سیما، حجاب ظاهری وجود دارد، ولی متأسفانه عفاف وجود ندارد. یعنی ظواهر رعایت می شود (مثلاً خانم ها حداقل حجاب را رعایت می کنند)، ولی رفتار عفیفانه ای که از دختر یا زن مسلمان انتظار می رود، ندارند و رفتارها برخلاف عفت است. این مشکل در بسیاری از فیلم ها و سریال ها وجود دارد و بسیار خطرناک است؛ چراکه می تواند به وضعیت فرهنگی ما بسیار آسیب برساند؛ زیرا بسیاری از دختران جوان و نوجوان، از صدا و سیما الگو

می گیرند. ممکن است در خانواده آنها الگوی بهتری از نظر حجاب وجود نداشته باشد و آنها عفاف و حجاب را از مجریان و بازیگران صدا و سیما بیاموزند. ازاین رو، صدا و سیما در عین حال که در این زمینه گام های خوبی برداشته، مشکلاتی نیز داشته است.

نتیجه گیری

جملات کلیدی(آسیب شناسی عملکرد رسانه ملی)

حجت الاسلام و المسلمین محمدرضا زیبایی‌نژاد	تبلیغ بیشتر کالای تجاری موجب احساس ناکامی و فقر در جامعه، کم شدن مقاومت در مقابل چالش‌ها و کم شدن عزت نفس می‌شود که در مسئله جنسی نیز اثر می‌گذارد. جامعه هنری به عنوان مدرن ترین بخش جامعه که تحت تفکر مدرن و گفتمان فردگرایی ساخته شده است، نمی‌تواند به درستی حامل مفاهیم دینی باشد.
دکتر اصغر فهیمی‌فر	رسانه ملی حجاب را به صورت ظاهری در نظر دارد.
دکتر نیره قوی	سیاست‌های رسانه در ترویج حجاب، تقویم‌محور است. مخاطب‌محور بودن در رسانه، یکی از آفت‌ها در این زمینه است. الگوهای پوششی و رفتاری برخی از هنرمندان و مجریان مرد، مناسب نیست.
خانم فروغ نیلچی‌زاده	رسانه ملی زیر ساخت کاملاً مناسب را در مخاطبان ایجاد نکرده است.
دکتر محمدعلی هرمزی‌زاده	در بسیاری از سریال‌ها و حتی در رفتار برخی از مجریان، حجاب ظاهری وجود دارد، ولی رفتار عفیفانه، وجود ندارد. رفتارها برخلاف عفت است.

دکتر مسعود آذربایجانی

الگوی معاشرت اجتماعی دختر و پسر و روابط و اختلاط نامحرم در برنامه های رسانه به عفاف و حیا آسیب می رساند.

تصویرسازی صحیحی از مردان در رسانه صورت پذیرد.

حجاب کامل به ویژه چادر به عنوان ارزش اجتماعی، به مخاطب معرفی نمی شود

خانم لعیا اعتماد سعید

اگر هدف برنامه ای ترویج حجاب باشد، برای باورپذیر شدن شخصیت ها در ذهن مخاطب، کوشش فراوان صورت گیرد.

معمولاً مخاطب برنامه ها مشخص نیستند.

دکتر مریم حاج عبدالباقی

برنامه های رسانه در پوشش های ظاهری، عملکرد خوبی دارند، ولی در نمایش روابط با جنس مخالف عملکرد ضعیفی دارند.

غفلت از مردان: اکثر فیلم های ساخته شده، حول محور زن بوده است.

دکتر کریم خان محمدی

مجموعه های تلویزیونی، زیبایی ها و آثار مطلوب فردی و اجتماعی حجاب را به تصویر نمی کشند.

ص:۱۱۹

حجت الاسلام و المسلمین محمدرضا زیبایی‌نژاد	تبلیغ بیشتر کالای تجاری موجب احساس ناکامی و فقر در جامعه، کم شدن مقاومت در مقابل چالش‌ها و کم شدن عزت نفس می‌شود که در مسئله جنسی نیز اثر می‌گذارد. جامعه هنری به عنوان مدرن ترین بخش جامعه که تحت تفکر مدرن و گفتمان فردگرایی ساخته شده است، نمی‌تواند به درستی حامل مفاهیم دینی باشد.
دکتر اصغر فهیمی‌فر	رسانه ملی حجاب را به صورت ظاهری در نظر دارد.
دکتر نیره قوی	سیاست‌های رسانه در ترویج حجاب، تقویم‌محور است. مخاطب‌محور بودن در رسانه، یکی از آفت‌ها در این زمینه است. الگوهای پوششی و رفتاری برخی از هنرمندان و مجریان مرد، مناسب نیست.
خانم فروغ نیلچی‌زاده	رسانه ملی زیر ساخت کاملاً مناسب را در مخاطبان ایجاد نکرده است.
دکتر محمدعلی هرمزی‌زاده	در بسیاری از سریال‌ها و حتی در رفتار برخی از مجریان، حجاب ظاهری وجود دارد، ولی رفتار عفیفانه، وجود ندارد. رفتارها برخلاف عفت است.

حجت الاسلام و المسلمین محمدرضا زیبایی نژاد

تبلیغ بیشتر کالای تجاری موجب احساس ناکامی و فقر در جامعه، کم شدن مقاومت در مقابل چالش ها و کم شدن عزت نفس می شود که در مسئله جنسی نیز اثر می گذارد.

جامعه هنری به عنوان مدرن ترین بخش جامعه که تحت تفکر مدرن و گفتمان فردگرایی ساخته شده است، نمی تواند به درستی حامل مفاهیم دینی باشد.

دکتر اصغر فهیمی فر

رسانه ملی حجاب را به صورت ظاهری در نظر دارد.

دکتر نیره قوی

سیاست های رسانه در ترویج حجاب، تقویم محور است.

مخاطب محور بودن در رسانه، یکی از آفت ها در این زمینه است.

الگوهای پوششی و رفتاری برخی از هنرمندان و مجریان مرد، مناسب نیست.

خانم فروغ نیلچی زاده

رسانه ملی زیر ساخت کاملاً مناسب را در مخاطبان ایجاد نکرده است.

دکتر محمدعلی هرمزی زاده

در بسیاری از سریال ها و حتی در رفتار برخی از مجریان، حجاب ظاهری وجود دارد، ولی رفتار عفیفانه، وجود ندارد. رفتارها

برخلاف عفت است.

وظایف رسانه ملی در زمینه سیاست گذاری، تولید و نظارت در نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب

ـ رسانه ملی برای ایفای درست نقش و وظیفه ای که در این زمینه دارد، چه فعالیت هایی در زمینه سیاست گذاری و برنامه ریزی، چه فعالیت هایی در زمینه تولید و چه اقدام هایی در زمینه نظارت باید انجام دهد؟

ص:۱۲۰

ـ دکتر مسعود آذربایجانی:

در پاسخ به این پرسش، ذکر چند نکته مهم است:

۱. نخست باید نوع گفتار، نوع معاشرت، نوع پوشش و حجاب، نشست و برخاست و رفتارهایی مانند آن را در سبک زندگی اسلامی مشخص کنیم و نیز حداقل هایی که باید رعایت شود.

۲. حجاب و پوشش را باید جلوه ای از عفاف و حیا بدانیم. در این صورت، دیگر حجاب و پوشش فقط به زنان اختصاص ندارد و شامل مردان نیز می شود. بنابراین، مردان نیز در ارتباط با نامحرم، باید عفاف و حیا را رعایت کنند.

۳. حجاب یکی از آموزه ها و مناسک دینی و اسلامی است که در کشور ما جنبه ملی دارد و قبل از اسلام نیز در ایران حجاب رعایت می شده است. من دین اسلام را از حجاب تفکیک نمی کنم. اگر این باور در میان مردم نهادینه شود که اسلام دین سعادت بخشی است که زندگی را مطلوب تر، ارزش مند تر و زیباتر می کند، حجاب نیز مانند دیگر عقاید و نماز و روزه، به عنوان اعتقاد اصیل وارد زندگی می شود و زندگی مطلوب تری را رقم خواهد زد.

با اعتقاد به دین اسلام، حجاب نیز جزئی از عقاید دینی می شود. پس لازم نیست حجاب را معرفی کنیم، بلکه باید آموزه های اسلامی را برای مردم باورپذیر کنیم و به صورت مستدل و منطقی در فیلم ها و برنامه ها نشان دهیم، نه به صورت صوری. باید آثار دین داری را در زندگی مردم نشان دهیم؛ هم آثار روان شناختی و هم آثار جامعه شناختی. دین داری باید در زندگی ما اثر داشته باشد؛ زیرا دین فقط برای آخرت نیست. «وَ مَن کَانَ فی هَذِهِ أَعْمَی فَهُوَ فی الْآخِرَهِ أَعْمَی وَ أَضَلُّ سَبِیلاً؛ هر کسی در این جهان، یعنی

ص:۱۲۱

دنیا، نابینا و کوردل باشد، در آخرت نیز نابینا و گمراه تر خواهد بود.» (اسراء: ۷۲) اگر در این دنیا چشم ما روشن نشود، در دنیای دیگر نیز روشن نمی شود.

رسانه ملی باید نشان دهد که باورهای دینی، عقاید اسلامی و سبک زندگی اسلامی، می تواند زندگی فرد را دگرگون کند.

به طور کلی، باورهای دینی، مانند پلی است که زیر ظرفیت روانی فرد اهرم می زند. جامعه و مخاطبان باید درک کنند که باورهای دینی، در ایجاد سازگاری و بهینه کردن زندگی شان نقش دارد. در این صورت، وقتی اخلاقیات و باورهای دینی پذیرفته شد، حجاب نیز به عنوان یکی از باورها پذیرفته می شود. پس این جزء نمی تواند از کل جدا شود، نمی توان به خدا ایمان داشت، ولی حجاب را نپذیرفت.

پیش از این به ملاک هایی که اشاره شد، در تولیدات تلویزیونی، باید ملاک، ارزیابی و نظارت باشد. بعضی از رفتارها در فیلم های سینمایی بسیار مخرب است. برای مثال خدمتکار حجاب و چادر دارد، ولی خانم خانه دار با شخصیت بالای اجتماعی، بدحجاب و بی چادر است. این رفتارها بیشترین ضربه را به حجاب وارد می کند و دختران دیگر حاضر به سر کردن چادر نخواهند بود. در تولید داخل، باید نظارت بسیار جدی باشد. در تولیدات خارجی، نمی توانیم این نظارت ها را انجام بدهیم، اما باید طوری باشد که در بافت کلی، چندان برجسته نباشد و قابل چشم پوشی باشد.

بازیگران، تابع سیاست ها و سناریوهای تهیه کنندگان و کارگردانان هستند وزارت ارشاد باید بخشنامه ای درباره رعایت عفاف و حجاب، به صورت قانون لازم الاجرا داشته باشد و اگر عفاف و حجاب در فیلم رعایت نشود، به آن اجازه اکران داده نشود یا به جشنواره ها راه پیدا نکند. اگرچه در ابتدا کار برای تولیدکنندگان سخت خواهد بود، اما آنها با شوق

و ذوق فراوان به این سمت و سو حرکت خواهند کرد و خود را با شرایط تطبیق خواهند داد. بازیگران نیز به خوبی مفاهیم را می دانند و به راحتی می توانند با حجاب نیز نقش بازی کنند. در زمینه پوشش چادر نیز باید اولاً به نوع پوشش زیر چادر توجه داشت؛ و دوماً نوع رفتار و حرکات، معاشرت، متانت و وقار بازیگر باید با چادر متناسب باشد؛ نه اینکه فرد حجاب اسلامی داشته باشد، اما گفتار و معاشرتش با مردان، با حجابش هم گرا نباشد. پس فقط نباید بر چادر به عنوان حجاب تأکید داشته باشیم.

گاه در رفتار بازیگران، دوگانگی دیده می شود که برای رفع آن باید اقدامی اساسی انجام داد. برای مثال، افرادی که به عنوان بازیگر جدید، جذب رسانه ملی می شوند، نباید سابقه نامطلوب داشته باشند. باید از بازیگرانی استفاده شود که در زندگی شخصی خود نیز این هنجارها را رعایت کنند تا در ذهن مخاطبان، دوگانگی و تناقض ایجاد نشود با سرمایه گذاری می توانیم نیروهای ارزشی را برای رسانه گزینش کنیم.

مخاطبان برنامه ها دو گروه هستند یا گروه مسن جامعه هستند که شخصیت آنها ساخته شده است و این گونه تناقض ها تأثیر چندانی بر آنها ندارد؛ یا جوانان هستند که تابع ارزش ها و هنجارهای جامعه اند. اگر با سیاست گذاری کلی در رسانه، آن هنجارها را تعدیل کنیم، هنرپیشه نیز در زندگی شخصی خود تجدیدنظر می کند و می فهمد که جلوه و پوشش های نامناسب، مطلوبیت گذشته را ندارد و به این نتیجه می رسد که باید در یک سری رفتارها تجدیدنظر کند. حل مشکلات فرهنگی و دینی، به سرعت امکان پذیر نیست، بلکه به راهکارها در درازمدت نیاز است. برای مثال، در گزینش نیروها در دانشکده صدا و سیما و در رشته های هنر، باید نیروهای ارزشی را گزینش کنیم و این افراد را

پرورش دهیم تا در چند سال آینده، بازیگرانی قوی داشته باشیم که هم در زندگی شخصی به ارزش های دینی توجه داشته باشند، هم در زندگی شغلی و هنری. این هم گرایی تأثیر بسیاری دارد.

اگر از ده زنی که در یک فیلم بازی می کنند، هشت نفر آنها در زندگی شخصی دارای وقار و عفاف باشند و فقط دو نفر به این مؤلفه ها پای بند نباشند، تهیه کننده در گزینش نیروهایش تجدیدنظر می کند و به دنبال نیروهای ارزشی می رود و از این نیروها استفاده می کند.

ـ خانم لعیا اعتماد سعید: از مشکلات اساسی ما در رسانه و بیشتر نهاد های فرهنگی و تبلیغی، عقیده نداشتن دست اندرکاران، به کاری است که می کنند و صرفاً آن را به عنوان یک کار انجام می دهند. درباره برنامه ریزی و سیاست گذاری ها نیز ما باید همه انرژی خود را در کارهای تبلیغی غیرمستقیم صرف کنیم و همان طور که پیش از این نیز اشاره کردم، برای مطرح کردن الگوها و شخصیت های ساخته شده خودمان بکوشیم، البته به صورتی که غلو نشود و شخصیت ها باورپذیر باشند. در زمینه نظارت نیز به نظر می رسد نظارت کنونی فقط در ظاهر است و هیچ گونه نظارتی بر اهداف و محتوا صورت نمی گیرد یا آن طور که باید، به آن اهمیت داده نمی شود. البته همه اینها به فهم درست ما از مسئله و روشن شدن نسبت جمهوری اسلامی با مقوله حجاب وابسته است؛ زیرا اگر چنین نباشد، معیار مشخصی برای ارزیابی وجود ندارد و هرکس ممکن است از دریچه نگاه خود به موضوع بنگرد.

ـ دکتر مریم حاج عبدالباقی: رسانه در هر دو بازه زمانی کوتاه مدت و

بلندمدت، باید برنامه های متناسبی داشته باشد؛ یعنی برنامه های روزانه، ماهانه و سالانه.

باید یک گروه از عوامل مذهبی اعم از کارگردان، نویسنده و تصویربردار تشکیل دهیم تا این گونه تولیدات را به آنها بسپاریم. سپس بر برنامه هایی که به طور روتین تولید می شوند نظارت داشته باشیم. متأسفانه ما گرفتار نظارت های ظاهری هستیم. ناظران نباید شکل گرا باشند، باید ناظران ارزشی باشند و اسلام، دین و قرآن را درک کرده باشند. از دیگر سو نیز یک گروه مذهبی برای تولید این گونه برنامه ها داشته باشیم.

اگر تلویزیون بتواند تقوا، فرهنگ مسجدی شدن، فرهنگ کتاب خوانی، و فرهنگ قرآن خوانی را تقویت کند، عفاف و حجاب تقویت می شود. تلویزیون در این زمینه می کوشد و در این ۳۰ سال روند رسانه در این زمینه عالی بوده است.

_ حجت الاسلام و المسلمین محمدرضا زیبایی نژاد: متون دینی ما در بسیاری از اوقات، به تربیت، به طور غیر مستقیم توجه می کند. برای مثال، میان صفت «غیرت» و «عادت به موسیقی» ارتباط برقرار می کنند و می گویند: «اگر در خانه ای صدای آلات لهو به صورت مستمر چند روز به گوش برسد، خداوند، شیطانی بر اهل آن خانه مسلط می کند که غیرت را از آنها می گیرد.» این بدان معناست که میان گوش دادن به موسیقی و بی توجهی جنسی رابطه وجود دارد؛ چنان که در روایت دیگری میان زنا و موسیقی رابطه برقرار شده و آمده است: «الغناءُ رُقْیه الزنا؛ غنا کارت دعوت زناست.» در این وضعیت، رسانه ملی می خواهد هم درباره موضوع عفاف و حجاب کار کند و هم

ص:۱۲۵

موسیقی را ترویج دهد. امام خمینی= در کتاب ـچهل حدیثـ، از استادشان، آیت الله شاه آبادی= نقل قول می کند: (هیچ چیز مانند گوش دادن به تغنیات، از انسان سلب اراده نمی کند.) ما یک نسل بی اراده را تحویل جامعه می دهیم که قدرت کفّ نفس ندارد. ازاین رو، باید سیاست های رسانه در مورد موسیقی و همچنین درباره طنز روشن شود. بر اساس برخی روایات، فرهنگ لودگی و مسخرگی و لهو و لعب، جدیت را کم می کند. بنابراین، جامعه نمی تواند در مسائل جدی تصمیم بگیرد.

موضوع دیگر، این است که رسانه ملی باید التهاب های جنسی را کم کند. موضوع دیگر، هویت جنسی است. باید زن را به تربیت زنانه و مرد را به تربیت مردانه آراسته کنیم؛ یعنی این اعتقاد را نهادینه کنیم که برای مرد، غیرت و برای زن حیا مهم است و هر یک از دو جنس، ارزش ها و کارکردهای خاصی دارند. ما متأسفانه نتوانستیم تصویر مردانگی را به صورت درست به نسل بعد منتقل کنیم. کار مهمی که پدر در خانواده انجام می دهد و رسانه امروز به آن توجه ندارد، تعادل بخشیدن به عاطفه مادری است. مادر درباره فرزندانش عاطفه به خرج می دهد و پدر با هیبت خود، این عاطفه را تعدیل و مدیریت می کند. اگر پدر را حذف کنید، بچه ها لوس می شوند. به نظرم رسانه باید تربیت جنسی را از برنامه های کودک آغاز کند. فرهنگ قانون مداری را تقویت و مهم تر از همه شاخص های رشد خود را تدوین کند. البته افراد دیگری نیز باید شاخص گذاری کنند و رسانه باید مصرف کننده باشد، ولی این کار در رسانه صورت نگرفته است. حال این پرسش مطرح می شود که در رشد فرهنگی و عفاف، چه شاخص هایی داریم تا عملکرد رسانه را با آن بسنجیم؟ باید مطالعات نظری داشته باشیم و آرمان های خود را مشخص

و به شاخص تبدیل کنیم. فرض کنید وقتی می خواهیم بدانیم خانواده ای قوی است یا نه، یکی از ملاک ها این است که اگر خانواده با مشکلی روبه رو شود، آن را در درون خانواده حل می کند یا به بیرون از خانواده مراجعه می کند؟ اگر افراد خانواده درون سیستم خانوادگی گسترده مشکل را حل کنند، مشخص است که پیوندهای خانوادگی میان آنان قوی است. برای مثال، وقتی زنی از شوهر خود ناراحت است و از مادر شوهرش کمک می گیرد، نشان می دهد که پیوند عروس و مادر شوهر مستحکم است. ما می توانیم در شاخص های رسانه‌ای، مواردی چون رشد خانواده و رشد عفت را مشخص کنیم. در این صورت، سیاست های رسانه و شاخص های رسانه ای باید ترسیم شود تا بتوانیم بگوییم رسانه در مسیر درست حرکت می کند یا خیر؟

ـ دکتر سید حسین شرف الدین: به طور کلی و بدون تفکیک اجزای سه گانه پرسش، از رسانه ملی انتظار می رود که در قالب یک برنامه ریزی جامع، همه این ابعاد را متناسب با رسالت و مأموریت کارکردی خویش، انتظارات نظام و جامعه اسلامی، اقتضائات زمان و مکان و حساسیت موضوع، دقیق و کارشناسانه بررسی و به آن توجه کند. در ادامه، به برخی از این بایسته ها به اجمال اشاره می شود: تربیت نیروهای فنی و هنری مورد نیاز با هدف تولیدات اقلام رسانه ای متناسب با معیارهای اسلامی؛ سرمایه گذاری در تولید محصولاـتی با کیفیت متناسب با ذائقه ملی و نیاز مخاطبان، برنامه ریزی همه جانبه برای فرهنگ سازی و جامعه پذیری توده ها با محوریت بینش ها و ارزش های اسلامی؛ الگوسازی از تیپ های شخصیتی معیار؛ حرمت نهادن به خواست و نیاز اکثریت؛ رعایت دقیق استانداردهای برنامه سازی متناسب با

سیاست های تدوینی مندرج در منشورات مرکز طرح و برنامه ریزی رسانه ملی؛ برقراری ارتباط منسجم و ارگانیک با مراکز علمی و پژوهشی حوزوی و دانشگاهی با هدف تأمین نیازهای مطالعاتی و پژوهشی؛ بالا بردن جاذبه های برنامه سازی با هدف بازداشتن مخاطبان از روی آوردن به رسانه های بیگانه و مصرف بی رویه اقلام فرهنگی غیر مجاز؛ پایان دادن به سلیقه محوری و عملکردهای بی مبنای بیشتر تهیه کنندگان و کارگردان ها؛ برخورد قاطع با مدیران و برنامه سازان متخلف؛ داشتن وحدت رویه و پرهیز از عملکردهای متناقض؛ پرهیز از کلیشه سازی های ملال آور و تاریخ مصرف گذشته؛ برجسته سازی فلسفه حجاب و اهداف شارع از تشریع و تأیید حجاب و اینکه اساساً الزام به حجاب مجوز حضور اجتماعی زن است، نه حبس وی در خانه؛ تبیین مکرر مستندات دینی عفاف و حجاب و تشریع احکام و حدود شرعی واجب و مستحب آن؛ بیان دیدگاه های بزرگان و شخصیت های شاخص فرهنگی در اهمیت حجاب؛ تبیین نسبت عفاف و حجاب با کرامت، فطرت، هویت، شرافت و جایگاه ممتاز زن در عالم هستی؛ جریان سازی هدایت شده (ایجاد حساسیت و بسیج توده ها در جهت حمایت فکری و عملی از مطلوبیت حجاب و مطالبه آن و همچنین ابراز واکنش منفی و مخالفت با همه مظاهر بی حجابی و بدحجابی)؛ تقویت جنبه های زیباشناختی حجاب؛ معرفی و ترویج الگوها و مدل های پوششی مناسب با ذائقه و انتظارات جامعه ایرانی ــ اسلامی؛ معرفی بانوان محجبه موفق در عرصه های مختلف اجتماعی؛ شخصیت پردازی از بازیگران باحجاب در مجموعه های تلویزیونی متناسب؛ تبیین آثار زیان بار بدحجابی و روابط آزاد؛ تبیین آثار مطلوب فردی و اجتماعی مترتب بر الگوی پوششی توصیه شده در اسلام؛ پرهیز شدید از تحقیر عملی حجاب در قالب هایی

چون اعطای نقش های مثبت و بالاـ به زنان بدحجاب و در مقابل، نقش های پایین و گاه منفی به زنان چادری؛ تبیین علل و ریشه های بی حجابی و بدحجابی؛ پاسخ دهی به شبهه ها و انتقادهای وارد به عفاف و حجاب؛ بیان ریشه های تاریخی بی حجابی و نقش استعمار و امپریالیسم فرهنگی دراین باره و تشریع دلایل مقابله خصمانه فرهنگ لیبرالیستی غرب با حجاب؛ بیان آثار و پی آمدهای ویرانگر برهنگی در جوامع غربی؛ تشریع روند استقبال از حجاب با الگوی اسلامی در کشورهای غیراسلامی و حتی در میان بانوان غیرمسلمان؛ تأکید عملی بر چادر به عنوان حجاب برتر و الگوی ترجیحی (نه منحصر)؛ انعکاس پوشش های محلی مناسب رایج در اقلیم های فرهنگی و عرف های مختلف ایرانی؛ پرهیز از تن محوری و برجسته سازی جذابیت های فیزیکی به ویژه چهره زنان و استفاده ابزاری از این جاذبیت ها؛ ناهنجار جلوه دادن بی حجابی و بدحجابی؛ استفاده از جذابیت های عاطفی، عرفانی، اخلاقی و تربیتی زنان به جای جاذبیت های جنسی؛ پرهیز از نمایش چهره های دارای آرایش غلیظ به بهانه گریم و پوشش نامناسب؛ پرهیز از نمایش افراد با پوشش های نامتعارف، پرهیز از نمایش زنان با جلوه های پوششی اشرافی و تجملی؛ تأکید بر پوشش مناسب پسران و دختران مجری در برنامه های کودک؛ پرهیز از نمایش تعامل های رفتاری غیر مجاز و عادی سازی روابط غیرمجاز، به بهانه معرفی الگوهای مدرن همسریابی؛ پرهیز از نمایش تنوع افراطی مدهای لباس بازیگران در برنامه ای واحد.

همچنین از رسانه ملی انتظار می رود در فرایند الگوسازی، جدی عمل کند؛ عفاف و حجاب یا دست کم سطحی از آن را به یک خواست عمومی و توده ای تبدیل سازد؛ عفاف و حجاب را نه یک امر شخصی، بلکه موضوعی مربوط به فضای عمومی تحت نظارت دولت و عرف عام معرفی

کند؛ خانواده ها را به تأمین نیازهای عاطفی فرزندان به ویژه دختران ترغیب و تشویق کند؛ نقش عفاف و حجاب را در تقویت هویت ملی و فرهنگی جوانان و تأثیر آن را بر استقلال فرهنگی و سیاسی کشور تبیین کند. همچنین رسانه ملی باید اقدامات ناسنجیده سازمان های مختلف رسمی و غیررسمی را در این زمینه به نقد کشد؛ اقدامات مثبت دیگر سازمان ها را در این موضوع، با هدف ارتقای بینش ها و حساسیت های جمعی انعکاس دهد؛ برنامه های خود را به ویژه از جهت پی آمدها و کارکردهای پنهان و آثار تربیتی مترتب، به طور پیوسته و با معیارهای کارشناسی، نقد و ارزیابی کند؛ شبهه وجود سکس پنهان در لایه های مختلف برنامه های نمایشی سیما را از خود دور کند؛ جامعه را در مسیر برخورد درست و منطقی با متخلفان و ناقضان حدود عفاف و حجاب هدایت کند.

ـ دکتر ابراهیم شفیعی سروستانی: ۱. سیاست گذاری مناسب رسانه ملی در زمینه رعایت عفاف و حجاب، در فرهنگ جامعه ما بسیار اثرگذار است. بسیاری از نوجوانان و جوانان، الگوهای خود را از میان هنرپیشگان و بازیگران فیلم ها و سریال های تلویزیونی برمی گزینند. ازاین رو، رسانه ملی باید پیش تاز رعایت فرهنگ عفاف و حجاب باشد و مدیران رسانه باید با سیاست گذاری و نظارت مناسب، بر رعایت کامل این فرهنگ در همه مراحل تولید و پخش برنامه ها تأکید داشته باشند.

۲. نظارت بر فرایند تأمین و پخش فیلم ها و سریال های خارجی: فیلم ها و سریال های خارجی، گذرگاه مناسبی برای ورود خواسته یا ناخواسته فرهنگ و اخلاق مبتذل غربی به جامعه اسلامی ایران و زمینه ساز تغییر فرهنگ متعالی عفاف و حجاب در این جامعه هستند.

ص:۱۳۰

ازاین رو، باید با کاستن از حجم پخش این گونه فیلم ها و سریال ها و نظارت بیشتر بر تأمین و پخش آنها، تا حد ممکن از آثار مخرب آن جلوگیری کرد.

۳. تشویق عوامل مؤثر در رشد و گسترش فرهنگ عفاف و حجاب: از راه های مناسب فرهنگ سازی در زمینه عفاف و حجاب و گسترش این فرهنگ در جامعه، تشویق کسانی است که با تولید آثار هنری و فیلم ها و سریال های جذاب، به رشد و گسترش و نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه کمک می کنند. رسانه ملی از این راه می تواند موج امید و نشاط را در ترویج دهندگان این فرهنگ ایجاد و از دلسردی و ناامیدی آنها جلوگیری کند.

۴. فرهنگ سازی برای ازدواج آسان جوانان: بی تردید، یکی از شرایط تحقق کامل فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه، زمینه سازی برای ازدواج آسان جوانان است؛ زیرا در این صورت، بسیاری از انگیزه ها برای روی آوردن برخی دختران جوان به خودآرایی و خودنمایی جنسی، از بین می رود و به طور طبیعی، موارد بدحجابی و بی عفتی به شدت کاهش می یابد.

۵. تقویت فرایند ارزیابی برنامه ها و نظارت بر آنها: در حال حاضر، واحدهای متعددی از سازمان صدا و سیما مسئولیت ارزیابی برنامه های رسانه ملی و نظارت را از مرحله تدوین طرح تا پخش بر عهده دارند. بی تردید، وجود آنها نقش مؤثری در رعایت سیاست ها و ضوابط مصوب سازمان در تولید، تأمین و پخش برنامه ها داشته است. با وجود این، به نظر می رسد به دلیل برخی نقص ها و اشکال های ساختاری یا فرایندی، سیاست ها و ضوابط مصوب، در مواردی چنان که باید و شاید، در برنامه ها رعایت نمی شود. ازاین رو، برای اطمینان از تحقق کامل

مسئولیت های رسانه ملی در زمینه گسترش فرهنگ عفاف و حجاب، باید در گام نخست، نقص ها و اشکال های موجود در حوزه ارزیابی و نظارت برنامه ها را شناسایی و برای رفع آنها اقدام کرد.

۶. بازنگری در سیاست برون سپاری در تولید برنامه ها: در سال های اخیر به دلیل گسترش کمّی بی سابقه شبکه های ملی و استانی و افزایش نیاز گروه های برنامه ساز به تولید فیلم و سریال، فرایند تولید برنامه های نمایشی که پیش از آن، با همکاری تهیه کنندگان رسمی سازمان و نظارت بیشتر مدیران شبکه ها و گروه های برنامه ساز انجام می شد، رفته رفته دستخوش تغییر شد و از نقش نظارتی مدیران سازمان کاسته و بر نقش تهیه کنندگان در روند تولید برنامه های نمایشی افزوده شد. این تهیه کنندگان به طور رسمی در خدمت سازمان نبودند و الزام کمتری درباره رعایت ضوابط و چارچوب های مصوب سازمان احساس می کردند.

۷. بهره گیری از نیروی انسانی متعهد و ارزشی در همه سطوح: رسانه ملی وقتی می تواند در سطح جامعه مروج و مبلّغ آموزه های اعتقادی، اخلاقی و فقهی دین مبین اسلام باشد که دست اندرکاران آن در همه سطوح ــ مدیران ارشد، مدیران میانی، مدیران گروه های برنامه ساز، تهیه کنندگان، کارگردانان، فیلم نامه نویسان، بازیگران و مجریان ــ از جان و دل این آموزه ها را پذیرفته و با آنها آشنا باشند. در غیر این صورت، دین و دینداری در برنامه های صدا و سیما، در حد ظاهری خواهد ماند و به ژرفای برنامه ها راه نخواهد یافت. روشن است که در این شرایط، رسانه ملی نخواهد توانست هدف کلان را خود در زمینه «تعمیق و ارتقای معرفت و ایمان روشن بینانه، اخلاق فاضله و رفتار دینی خالصانه آحاد جامعه و حفظ و اعتلای فرهنگ و هویت ایرانی ــ اسلامی» تحقق بخشد.

ص:۱۳۲

در موضوع گسترش و نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب نیز رسانه ملی زمانی می توانـد به وظایف و مسئولیت های خود به خوبی عمـل کنـد که همه عوامل انسانی مؤثر در تولیـد و پخش برنامه های رسانه، این فرهنگ را در زنـدگی فردی خود به عنوان یک حکم اسلامی پذیرفته و به آن پایبند باشند.

ـ دکتر اصغر فهیمی فر: این به گونه هـا و ژانرهـای متنوع تلویزیونی بستگی دارد. بیننـده وقتی سریالی را نگـاه می کنـد، قراردادی را که سریال به نمایش می گـذارد، به سادگی نمی پذیرد. هر داستان و هر فیلمی، یک قراردادی با مخاطبش دارد. برای مثال، قرارداد فیلم های کلاسیک این است که بازیگر به دوربین نگاه نکنـد. ما باید به قدری واقعی جلوه کنیم که بیننده نفهمـد فیلم است و احساس کنـد واقعی است. بـازیگر بایـد بـا تماشاگر ارتباط ناخودآگاه داشته باشـد. هر چیزی قانون دارد. انسان های امروزی بسیار پیچیـده شـده اند؛ زیرا در معرض هزاران هزار برنامه هنری هستند. بنابراین، باید بسیار پیچیده عمل کنیم. امروزه به اصلاح (opending) نیاز داریم؛ یعنی زمینه ها را به مخاطب بدهیم و خود مخاطب، نتیجه گیری کند.

ما الگوهای خاصی نداریم که بتوان با استفاده از آن حضرت مهدی[را تصویری کنیم؛ البته داریم، ولی باید بازنمود شود. این هنر انقلاب است که بتوانـد برابر بـا محتوای اسلامی، نقش مایه طراحی کنـد. در برنامه هایی با موضوع اخلاق اسلامی، باید تصویرهـا آرامش بخش و زیبا و چشم نواز باشـد. رفتار، شخصیت پردازی، نوع گفت وگو، نوع حرکت و حتی صحنه آرایی اتاق یک دختر، همگی مخاطب را متقاعد می کند و در

حقیقت می پذیرد که او مذهبی است و تأثیر درازمدت بر مخاطب می گذارد، ولی ما در این مسائل مشکل داریم.

باید گروه هایی به طور مشخص، در حوزه عفاف و حجاب، برای شناسایی مشکل تلاش و بررسی کنند و دریابند دختری که به حجاب کم علاقه است، دلایل و استدلالش چیست؟ سپس دلایل را بدون هیچ گونه دستبردی تحلیل کنند. برای مثال، برای فشار بیش از حد پدر و مادر، یک قصه طراحی کنند. در این صورت، عقده گشایی می شود. فیلم جای عقده گشایی است؛ برای همین «سایکو دراما»(۱) می گویند؛ شخص چیزی را می بیند، سپس با فیلم ارتباط برقرار می کند. سازمان، ستاد است و صف بیرون هستند. صف عبارت است از: بازیگر، گریمور، تصویربردار، کارگردان، طراح صحنه و پردازش نور. همه اینها صف هستند. اینها چه کاری انجام می دهند؟ برای مثال، بچه ها از پدر و مادرها حرف شنوی ندارند و احساس می کنند دو افق شده اند، نه یک افق. باید گروهی وجود داشته باشند تا تحقیق کنند که این شکاف از کجا سرچشمه گرفته و مشکلات را تحلیل کنند. در مرحله اول، مدیر وقتی با یک نویسنده و برنامه ساز حرف می زند، باید بتواند وضعیت اجتماع را تحلیل کند، مدیر باید فنی باشد تا بتواند افق بدهد.

باید پشتوانه و بنیان فکری سازمان را تقویت کنیم و همان طور که گروه های تولید فیلم داریم، گروه های تولید فکر و اندیشه نیز داشته باشیم. هر سریالی، یک اتاق فکر داشته باشد. چند نفر در کنار فیلم نامه نویس، نه مجزا از او، روی مؤلفه ها کار کنند. در این صورت، فیلم نامه نویس کم کم با این فیلم رشد می کند و به آن تحلیل می رسد و

۱- [۱] . Psycho Drama.

عمیق می شود. نویسنده در رسانه، عاج نشین نباشد. به نویسنده ای که فقط چیزهای ظاهری مثل مسائل عشقی و مانند آن را می بیند، عاج نشین می گویند. بنابراین، باید در رسانه گروه هایی داشته باشیم که جامعه را بشناسند و بدانند چرا طرز فکر دختری که پدر و مادر او مسلمان هستند، خمس و زکاتشان را می دهند و حلال خورند، با افق فکر پدر و مادر فاصله دارد. مشکل از کجاست؟ این مشکلات را کنار هم بگذارند و به نگره های اجتماعی تبدیل کنند؛ سپس نگره های اجتماعی را با جزئیات بیاورند و قصه بسازند. اینها را نه یک فیلم نامه نویس، بلکه یک محقق اجتماعی می تواند با مصداق هایش پیدا کند. سازمان نیز باید جرئت گفتن آن را داشته باشد و جایی نیز باید جراحی کند.

ناظر باید جزو یکی از افراد گروه باشد و از همان آغاز شکل گیری یک ایده، حضور داشته باشد. الان واقعاً خیلی از پارادکشن(۱) ما این طور هستند؛ گروه به نتیجه می رسد، کارگردان نتایج آن گروه را اجرا می کند. البته این گروه تا آخر حضور دارد و این تأثیر می گذارد.

ـ دکتر نیره قوی: از جمله سیاست هایی که باید در اولویت قرار گیرد، این است که کارگزاران به طور عام، چه برنامه سازان، چه فیلم سازان و چه آنهایی که وظیفه تولید و پخش را به عهده دارند، باید خودشان در وهله اول، به وجوب رعایت عفاف و حجاب به ویژه عفاف در روابط، ایمان و از معیارها، شرایط، ضوابط، احکام و اصول و مبانی عفاف و حجاب و حتی ضوابط نظام در این زمینه آگاهی داشته باشند.

موضوع دیگر این است که صدا و سیما باید نقشی تربیتی داشته باشد و این نقش تربیتی خود را باید با زبان هنر بیان کند و از هنر بهره بگیرد.

ص:۱۳۵

۱- [۱] . Paradkshn.

وجه زیباشناسانه هنر، از اثرگذارترین قالب هاست. رسانه باید در اولویت های سیاست خود، با توجه به رسالتی که دارد، ساختاری را تعریف کند که در آن ساختار، نیروهای متعهدی به کار گرفته شوند تا هم اهداف صدا و سیما تأمین شود و هم آن دامنه اثرگذاری کم نشود؛ بلکه روز به روز افزایش یابد. از دیگر سو، ارزش ها و هنجارها نیز رعایت شود. در رسانه باید به آموزش نیروها، استمرار آموزش ها و تبیین ارزش های الهی در آموزش های ضمن خدمت یا ضمن کار، توجه ویژه شود. این هنجار نیز در آن محیط، باید ضابطه مند شود. البته ضابطه مند کردن به معنای محدود کردن نیست؛ به این معناست که بتوانیم اصول و مبانی را که باید در یک نظام الهی باشد ـ ما مدعی هستیم که نظام الهی داریم ـ در رسانه ملی که تنها رسانه پاک در دنیا است، نشان دهیم. رسانه ما باید با رسانه های دیگر تفاوت داشته باشد. رسانه ما باید به نسبت نیازها، نقش خود را در اثرگذاری ارتقا دهد و راضی به نقش کنونی اش نباشد. باید وضعیت مطلوب را با واقع گرایی، واکاوی و بازشناسی کند و برای دست یابی به آن، سیاست گذاری و برنامه ریزی داشته باشد.

رسانه می تواند دو نوع نقش داشته باشد؛ نقش اثرگذار در راستای وضعیت مطلوب و سیر قهقرایی. از منظر دیگر، می تواند در کوتاه مدت یا درازمدت اثرگذار باشد. می تواند آثار روحی و روانی داشته باشد، می تواند آثار فرهنگی، اجتماعی و حتی اقتصادی و سیاسی داشته باشد، حتی در مقوله عفاف و حجاب. باید در محیط هایی مثل رسانه ملی، برای مقوله عفاف و حجاب، جایی باز کنیم و عفاف و حجاب را یک شاخص و معیار ارزش گذاری و ارتقای کاری برای هنرمندان در نظر بگیریم.

ص:۱۳۶

ـ خانم فروغ نیلچی زاده: در درجه اول بایـد دروغ های غول های رسانه ای دنیا را باور نکنیم. انقلاب اسلامی با اعلام برائت از این غول های استکباری شکل گرفت و حیات خود را ادامه داد و اکنون به این حد از بالندگی رسیده است. ما در تولیدات هنری، به ویژه هنر هفتم، این را به طور جدی نپذیرفتیم.

ما به طور مشخص به رصد رسانه نیازمندیم. با این نگاه، معتقدم:

۱. به خط مشی هایی که رهبری معرفی می کنند، بازگردیم. مثلاً ـ وقتی می خواهید درباره حجاب انیمیشن بسازید، باید دلپذیری حجاب را در گرایش های کودک ایجاد کنید. ما باید به طور مشخص، روی ایجاد میل و ضمیر ناخودآگاه کار کنیم و پیام های غیرمستقیم بدهیم و آنجا که نمی توانیم، پیام مستقیم بدهیم.

۲. انسان های متعهد را جذب کنیم و برای متعهد ماندن آنها برنامه داشته باشیم. دروغ غول های استکبار جهانی را در رسانه نپذیریم. ما به تعهد و برای ماندگاری این تعهد، به برنامه نیازمندیم.

۳. از افراد بخواهیم خودشان باشند و اگر خودشان بودند، آنها را بپذیریم و افراد نامناسب را در دنیای هنر نپذیریم. این نشان می دهد آن شخص، شأن لازم برای کار در رسانه ملی را ندارد.

۴. باید به طور جدی درباره مفاهیم ارزشی، بر اساس راهبرد انقلاب و صدور انقلاب کار کنیم.

۵. باید تحقیق کنیم که رسانه های دیداری و شنیداری خصوصی در دنیای مسلمان و غیر مسلمان چگونه موفق شدند و روش های آنان را ارزیابی کنیم.

با این نگاه، معتقدم که باید پیام حجاب را کاملاً غیرمستقیم در لایه های درونی و درون مایه های داستانی، انیمیشن ها و سریال ها ببینیم.

ص:۱۳۷

در مورد هنر اسلامی، آن هم هنر شنیداری و دیداری، هنر ناب شیعی، به استخراج شاخص های اصیل آن نیاز داریم. وقتی ایران در جامعه بین الملل از خدا و معنویت حرف زد، به حکم امریکا و جامعه بین الملل، اخراج و تحریم شد. شهید آوینی از معدود افرادی بود که در بحث هنر دینی اندکی کار کرد.

بنابراین، در هنر شیعی از اتهام ها نترسیم، شاخص ها را استخراج کنیم و از انسان های اصیل و متدین در حوزه و دانشگاه که درباره مفاهیم دینی به طور عمیق کار کرده اند، استفاده کنیم. رسانه این زمینه را خوب می تواند فراهم کند. تلویزیون می تواند برنامه ای داشته باشد که درباره هنر اسلامی گفتمان کند. در مورد هنر شیعی نیز همین کار را می توان انجام داد. پس اول باید گفتمان ایجاد کرد و سپس جریان سازی؛ زیرا برد و نفوذ آن بیشتر است.

در مسیر هنر دینی، حرکت های ما بسیار ضعیف است. کسانی که وارد دنیای هنر می شوند، آن هم از نوع دیداری و شنیداری، باید توجه داشته باشند که رسانه دیداری و شنیداری دنیا در دست شیاطین است. نوع تصویرگرایی در اختیار فیلم های زشت است که زیبایی ها را زشت و زشتی ها را زیبا نشان می دهد. مهم ترین راهکارها عبارت است از:

۱. خود رسانه تولید گفتمان کند؛ یعنی مخالف و موافق بیاورد و جریان سازی کند.

۲. از سیستم رقابت استفاده کنیم. من معتقدم رقیب سازی کردن، در معرفی کارگردان ها و تهیه کننده هایی است که بتوانند کار خوبی را ارائه کنند. انسان های باورمند و معتقد به ارزش ها، باید از کارهای کوتاه شروع و امکان بروز و ظهور آن را در جاهای مختلف فراهم کنند.

ـ دکتر محمدعلی هرمزی زاده: چند نوع فعالیتی که در صدا و سیما انجام می شود، در طول هم هستند، نه در عرض هم. بنابراین، اولویت را باید به مسئله سیاست گذاری بدهیم. چون نخست باید کار سیاست گذاری و برنامه ریزی، درست انجام شود؛ سپس تولید، تابع سیاست گذاری ها و برنامه ریزی ها خواهد بود. وقتی سیاست گذاری و برنامه ریزی، درست انجام شود، این امکان به وجود می آید که تولید نیز به صورت صحیح انجام شود. البته باید نظارت شود که سیاست ها و برنامه ها به بهترین شکل عملیاتی شوند. در هر حال، تولید، تابع سیاست گذاری و برنامه ریزی است و نظارت نیز برای اجرای درست همان سیاست ها و برنامه هاست.

هنر اسلامی مبنا و ارزش و فلسفه خاص خود را دارد که با هنر غربی متفاوت است. جاذبه هایی که در هنر غربی وجود دارد، جنسیت، خشونت، وحشت و مواردی از این قبیل است. هنر اسلامی نباید بر اساس این جاذبه ها کار خود را پیش ببرد. لازمه این کار، آن است که چشم ما به روی جاذبه های معنوی گشوده شود. خداوند در قرآن، کسانی را که به دنبال جاذبه های ظاهری هستند، نکوهش می کند و به آنها وعده عذاب می دهد و می فرماید: «يَعْلَمُونَ ظَاهِرًا مِنْ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَهُمْ عَنْ الْآخِرَةِ هُمْ غَافِلُونَ» (روم: ۷) یعنی اینها فقط ظاهر زندگی دنیا را می شناسند و از آخرت غافلند؛ در حالی که چیزهای مهم تری وجود دارد. خداوند می فرماید این زندگی دنیا با همه این ظواهری که شما می بینید، متاعی ناچیز است. فریب این چیزها را نخورید. دین اسلام، ما را به سمت زیبایی های معنوی و باطنی دعوت کرده که عفاف و حجاب، نمونه ای از همین زیبایی هاست. هنرمندی که خودش این زیبایی ها را درک کرده باشد، به دنبال راهی می گردد که آن را از طریق هنر به مخاطبانش نیز منتقل کند. من چگونه می توانم به مخاطبم

نشان دهم که حجاب چقـدر زیباست؛ اگر هنرمنـد، خود زیبایی های معنوی را نفهمیـده و مجـذوب زیبایی های ظاهری باشد، کار مفیـدی در این زمینه نمی توانـد بکنـد. ازاین رو، مـدیران، نویسـندگان، تهیه کننـدگان، کارگردانان، بازیگران، مجریان و همه کسانی که در صدا و سیمای جمهوری اسلامی کار می کنند، باید زیبایی های معنوی را دیده و مجذوب آن شده باشند و برای ترویج آن بکوشند.

اسـلام به ما اجازه نداده است برای رسـیدن به هدفی مقدس، از وسیله ای نامناسب استفاده کنیم. هدف، همیشه وسیله را توجیه نمی کند. این کار، نقض غرض است و ما را از هدف اصـلی دور می کند. اگر بخواهیم از طریق جاذبه های غیراسلامی، مردم را به سـمت رسانه های خود جـذب کنیم، نقض غرض است و هـدف اصـلی خود را فراموش کرده ایم. بایـد سـعی کنیم توجه مخاطبـان را از جاذبه های ظاهری و مادی و دنیوی، به سـمت جاذبه های معنوی و باطنی برگردانیم. نقطه قوت ما این است که به سـراغ جـاذبه هـای معنـوی برویم؛ این همـان چیزی است که غرب نـدارد و مـا داریم و اگر بتوانیم از آن اسـتفاده کنیم، می توانیم غرب را شکست دهیم.

مسئله نظارت نیز از کارهای بسـیار مهم است. بعـد از آنکه سـیاست ها مشـخص شـد، هرکس که نمی توانـد خودش را با این سیـاست ها هماهنگ کنـد، بایـد کنار برود. نظارت بایـد مستمر باشـد؛ یعنی قبل از مرحله ایـده شـروع شود و تا بعـد از مرحله پخش ادامه یابـد. البته نظـارت قبـل از تولیـد و در حین تولیـد، مهم ترین بخش نظارت است. در هر مرحله اگر دیدنـد کار در حال فاصله گرفتن از اهداف مصوب خود است، بگویند این قسمتی که شما ساخته اید، برخلاف اهداف اولیه طرح است. برای مثال،

قرار بود این سریال، عفاف و حجاب را ترویج کند، ولی بی عفتی را ترویج می کند. بنابراین، نظارت باید مستمر باشد و از همان ایده اولیه آغاز شود و تا آخر ادامه یابد.

نتیجه گیری

جملات کلیدی(وظایف و بایسته های سیاست گذاری، تولید و نظارت در رسانه ملی)

دکتر مسعود آذربایجانی	رسانه ملی باید با آگاهی‌بخشی، فرهنگ‌سازی و ایجاد هم‌گرایی به رسالتش در این زمینه بپردازد. رسانه ملی به عفاف، روابط و اختلاط نامحرم، جایگاه چادر و شخصیت‌های چادری و تصویرسازی صحیح از تیپ شخصیتی مردان در برنامه‌ها اقدام کند. برنامه‌های رسانه ملی نشان دهند که باورهای دینی، اعتقاد اسلامی و سبک زندگی اسلامی می‌توانند زندگی مطلوب‌تری را رقم بزنند. این پیام را به صورت تلویحی و ضمنی در دل برنامه‌ها و فیلم‌های تلویزیونی بگنجانیم. در زمینه ساخت تولیدات داخلی سرمایه‌گذاری و بر اقتضائات اسلامی تأکید کنیم. همچنین، باید نظارت بسیار جدی و اساسی اعمال شود.
خانم لعیا اعتماد سعید	درباره برنامه‌ریزی و سیاست گذاری‌ها باید تمام انرژی، صرف کارهای تبلیغی غیرمستقیم شود و در مطرح کردن شخصیت‌های برنامه‌های خودمان بکوشیم.

دکتر مسعود آذربایجانی

رسانه ملی باید با آگاهی بخشی، فرهنگ سازی و ایجاد هم گرایی به رسالتش در این زمینه بپردازد.

رسانه ملی به عفاف، روابط و اختلاط نامحرم، جایگاه چادر و شخصیت های چادری و تصویرسازی صحیح از تیپ شخصیتی مردان در برنامه ها اقدام کند.

برنامه های رسانه ملی نشان دهند که باورهای دینی، اعتقاد اسلامی و سبک زندگی اسلامی می تواند زندگی مطلوب تری را رقم بزنند.

این پیام را به صورت تلویحی و ضمنی در دل برنامه ها و فیلم های تلویزیونی بگنجانیم.

در زمینه ساخت تولیدات داخلی سرمایه گذاری و بر اقتضائات اسلامی تأکید کنیم. همچنین، باید نظارت بسیار جدی و اساسی اعمال شود.

خانم لعیا اعتماد سعید

درباره برنامه ریزی و سیاست گذاری ها باید تمام انرژی، صرف کارهای تبلیغی غیرمستقیم شود و در مطرح کردن شخصیت های برنامه های خودمان بکوشیم.

نظارت های کنونی باید بر اهداف و محتوای برنامه ها صورت گیرد.

درباره برنامه ریزی و سیاست گذاری ها باید تمام انرژی، صرف کارهای تبلیغی غیرمستقیم شود و در مطرح کردن شخصیت های برنامه های خودمان بکوشیم.

ص:۱۴۱

دکتر مسعود آذربایجانی	رسانه ملی باید با آگاهی‌بخشی، فرهنگ‌سازی و ایجاد هم‌گرایی به رسالتش در این زمینه بپردازد. رسانه ملی به عفاف، روابط و اختلاط نامحرم، جایگاه چادر و شخصیت‌های چادری و تصویرسازی صحیح از تیپ شخصیتی مردان در برنامه‌ها اقدام کند. برنامه‌های رسانه ملی نشان دهند که باورهای دینی، اعتقاد اسلامی و سبک زندگی اسلامی می‌تواند زندگی مطلوب‌تری را رقم بزنند. این پیام را به صورت تلویحی و ضمنی در دل برنامه‌ها و فیلم‌های تلویزیونی بگنجانیم. در زمینه ساخت تولیدات داخلی سرمایه‌گذاری و بر اقتضائات اسلامی تأکید کنیم. همچنین، باید نظارت بسیار جدی و اساسی اعمال شود.
خانم لعیا اعتماد سعید	درباره برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌ها باید تمام انرژی، صرف کارهای تبلیغی غیرمستقیم شود و در مطرح کردن شخصیت‌های برنامه‌های خودمان بکوشیم.

نظارت های کنونی باید بر اهداف و محتوای برنامه ها صورت گیرد.

اگر بخواهیم کار هنری کنیم، باید اول خودمان را از نظر مذهبی تقویت کنیم.

اگر تلویزیون بتواند تقوا، فرهنگ مسجدی شدن، فرهنگ کتاب خوانی، فرهنگ قرآن خوانی را تقویت کند، عفاف و حجاب تقویت می شود.

رسانه ملی باید به نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب در تلویزیون نگاه سیستمی داشته باشد.

باید سریال هایی جهت دهنده به حجاب با مضامین عالی ساخته شود.

در تولید برنامه ها باید نظارت شورایی صورت گیرد و از نخبه های دینی و حتی از افرادی که مخالف دین هستند، استفاده شود.

رسانه ملی باید التهاب های جنسی را کم و زن را به تربیت زنانه و مرد را به تربیت مردانه آراسته کند؛ یعنی بتواند این عقیده را نهادینه کند که برای مرد، غیرت و برای زن حیا مهم است و هر یک از دو جنس، ارزش ها و کارکردهای خاصی دارند.

تربیت کادر فنی و هنری مورد نیاز با هدف تولیدات اقلام رسانه ای متناسب با معیارهای اسلامی.

سرمایه گذاری در تولید محصولات با کیفیت متناسب با ذائقه ملی و نیاز مخاطبان.

الگوسازی از تیپ های شخصیتی، معیار و حرمت نهادن به خواست و نیاز اکثریت

بالابردن جاذبه های برنامه سازی با هدف بازداشتن مخاطبان از روی آوردن به رسانه های بیگانه و مصرف بی رویه اقلام فرهنگی غیر مجاز.

پایان دادن به سلیقه محوری و عملکردهای بی مبنای تهیه کنندگان و کارگردانان و برخورد قاطع با مدیران و برنامه سازان

متخلف.

شخصیت پردازی از بازیگران با حجاب در مجموعه های تلویزیونی متناسب.

پرهیز از نمایش تعاملات رفتاری غیر مجاز، عادی سازی روابط غیرمجاز به بهانه معرفی الگوهای همسریابی مدرن.

پرهیز از نمایش افراطی مدهای لباس بازیگران در طی یک برنامه واحد.

تربیت کادر فنی و هنری مورد نیاز با هدف تولیدات اقلام رسانه ای متناسب با معیارهای اسلامی.

سرمایه گذاری در تولید محصولات با کیفیت متناسب با

ص:۱۴۲

	نظارت‌های کنونی باید بر اهداف و محتوای برنامه‌ها صورت گیرد.
دکتر مریم حاج‌عبدالباقی	اگر بخواهیم کار هنری کنیم، باید اول خودمان را از نظر مذهبی تقویت کنیم. اگر تلویزیون بتواند تقوا، فرهنگ مسجدی شدن، فرهنگ کتاب‌خوانی، فرهنگ قرآن‌خوانی را تقویت کند، عفاف و حجاب تقویت می‌شود.
دکتر کریم خان‌محمدی	رسانه ملی باید به نهادینه‌سازی فرهنگ عفاف و حجاب در تلویزیون نگاه سیستمی داشته باشد. باید سریال‌هایی جهت‌دهنده به حجاب با مضامین عالی ساخته شود. در تولید برنامه‌ها باید نظارت شورایی صورت گیرد و از نخبه‌های دینی و حتی از افرادی که مخالف دین هستند، استفاده شود.
حجت الاسلام و المسلمین محمدرضا زیبایی‌نژاد	رسانه ملی باید التهاب‌های جنسی را کم و زن را به تربیت زنانه و مرد را به تربیت مردانه آراسته کند؛ یعنی بتواند این عقیده را نهادینه کند که برای مرد، غیرت و برای زن حیا مهم است و هر یک از دو جنس، ارزش‌ها و کارکردهای خاصی دارند.
دکتر سید حسین شرف‌الدین	تربیت کادر فنی و هنری مورد نیاز با هدف تولیدات اقلام رسانه‌ای متناسب با معیارهای اسلامی. سرمایه گذاری در تولید محصولات با کیفیت متناسب با

ذائقه ملی و نیاز مخاطبان.

الگوسازی از تیپ های شخصیتی، معیار و حرمت نهادن به خواست و نیاز اکثریت

بالابردن جاذبه های برنامه سازی با هدف بازداشتن مخاطبان از روی آوردن به رسانه های بیگانه و مصرف بی رویه اقلام فرهنگی غیر مجاز.

پایان دادن به سلیقه محوری و عملکردهای بی مبنای تهیه کنندگان و کارگردانان و برخورد قاطع با مدیران و برنامه سازان متخلف.

شخصیت پردازی از بازیگران با حجاب در مجموعه های تلویزیونی متناسب.

پرهیز از نمایش تعاملات رفتاری غیر مجاز، عادی سازی روابط غیرمجاز به بهانه معرفی الگوهای همسریابی مدرن.

پرهیز از نمایش افراطی مدهای لباس بازیگران در طی یک برنامه واحد.

سیاست گذاری مناسب در زمینه رعایت عفاف و حجاب

به تصویر کشیدن زنان موفق با حجاب

نشان دادن آثار منفی رعایت نکردن عفاف و حجاب

فرهنگ سازی برای ازدواج آسان جوانان

نظارت بر فرآیند تأمین و پخش فیلم ها و سریال های خارجی

تقویت فرآیند ارزیابی و نظارت برنامه ها

دکتر مسعود آذربایجانی	رسانه ملی باید با آگاهی‌بخشی، فرهنگ‌سازی و ایجاد هم‌گرایی به رسالتش در این زمینه بپردازد. رسانه ملی به عفاف، روابط و اختلاط نامحرم، جایگاه چادر و شخصیت‌های چادری و تصویرسازی صحیح از تیپ شخصیتی مردان در برنامه‌ها اقدام کند. برنامه‌های رسانه ملی نشان دهند که باورهای دینی، اعتقاد اسلامی و سبک زندگی اسلامی می‌تواند زندگی مطلوب‌تری را رقم بزنند. این پیام را به صورت تلویحی و ضمنی در دل برنامه‌ها و فیلم‌های تلویزیونی بگنجانیم. در زمینه ساخت تولیدات داخلی سرمایه‌گذاری و بر اقتضائات اسلامی تأکید کنیم. همچنین، باید نظارت بسیار جدی و اساسی اعمال شود.
خانم لعیا اعتماد سعید	درباره برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌ها باید تمام انرژی، صرف کارهای تبلیغی غیرمستقیم شود و در مطرح کردن شخصیت‌های برنامه‌های خودمان بکوشیم.

بازنگری در سیاست برون سپاری در تولید برنامه ها

بهره گیری از نیروی انسانی متعهد و ارزشی در همه سطوح

محورهای برنامه سازی:

الف) برنامه های مستند، ترکیبی و گفت وگو محور

۱. برنامه هایی با رویکرد مستقیم

۲. برنامه هایی با رویکرد غیر مستقیم

ب) برنامه های نمایشی

ج) نماهنگ ها و میان برنامه ها

برای گویندگان اخبار، لباس های هنجار، زیبا، رنگی و خوب طراحی شود.

باید پشتوانه و عقبه فکری سازمان را تقویت کنیم. همان طوری که گروه های تولید فیلم داریم، گروه های تولید فکر و اندیشه نیز داشته باشیم. هر سریالی، یک اتاق فکر داشته باشد.

صدا و سیما می تواند ابزار امر به معروف و نهی از منکر به طور عام باشد؛ نه صرفاً ابزار گسترش عفاف و حجاب.

کارگزاران صدا و سیما باید به وجوب رعایت حجاب و عفاف اهتمام جدی داشته باشند.

صدا و سیما برای ایفای نقش تربیتی باید از زبان هنر به وجه زیباشناسانه ای بهره بگیرد.

برنامه ها باید با نوآوری شیوه ها و قالب های منطبق با ارزش های اسلامی، جذب زیادی داشته باشند.

ص:۱۴۴

خانم فروغ نیلچی‌زاده	رسانه ملی به طور مشخص به رصد رسانه‌ای نیازمند است. برنامه‌ها در جایی که نمی‌توانند پیام مستقیم بدهند، باید پیام حجاب را کاملاً به طور غیرمستقیم در لایه‌های درونی و درون‌مایه‌های داستانی، انیمیشن‌ها و سریال‌ها وارد کنند. رسانه ملی، باید نیروی کارآمد متعهد را جذب کند و برای متعهد ماندن آنها برنامه داشته باشد. هرکس که برای دنیای هنر نامناسب است و موجب آسیب رساندن به دنیای هنر می‌شود، کنار گذاشته شود. به رمز موفقیت رسانه‌های دیداری و شنیداری خصوصی در کشورهای اسلامی و غیر اسلامی پی ببریم و روش‌های آنان را ارزیابی کنیم. آلات موسیقی تنها، ابزاری برای ارائه مفاهیم دینی نیستند. باید بدانیم کی، کجا و چه اندازه از آنها استفاده کنیم. در هنر اسلامی، شاخص‌ها را استخراج کنیم و از انسان‌های اصیل و متدین حوزه و دانشگاه که روی مفاهیم دینی به طور عمیق کار کرده‌اند، استفاده کنیم. رسانه می‌تواند زمینه این کار را فراهم کند.
دکتر محمدعلی هرمزی‌زاده	اولین کار، آسیب‌شناسی و سپس سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی و نظارت است. باید سعی شود سطح ذائقه مخاطب، ارتقاء و توجه مخاطبان از جاذبه‌های ظاهری و مادی به سمت جاذبه‌های معنوی و باطنی سوق داده شود.

خانم فروغ نیلچی زاده

رسانه ملی به طور مشخص به رصد رسانه ای نیازمند است.

برنامه ها در جایی که نمی توانند پیام مستقیم بدهند، باید پیام حجاب را کاملاً به طور غیرمستقیم در لایه های درونی و درون مایه های داستانی، انیمیشن ها و سریال ها وارد کنند.

رسانه ملی، باید نیروی کارآمد متعهد را جذب کند و برای متعهد ماندن آنها برنامه داشته باشد. هرکس که برای دنیای هنر نامناسب است و موجب آسیب رساندن به دنیای هنر می شود، کنار گذاشته شود.

به رمز موفقیت رسانه های دیداری و شنیداری خصوصی در کشورهای اسلامی و غیر اسلامی پی ببریم و روش های آنان را ارزیابی کنیم.

آلات موسیقی تنها، ابزاری برای ارائه مفاهیم دینی نیستند. باید بدانیم کی، کجا و چه اندازه از آنها استفاده کنیم.

در هنر اسلامی، شاخص ها را استخراج کنیم و از انسان های اصیل و متدین حوزه و دانشگاه که روی مفاهیم دینی به طور عمیق کار کرده اند، استفاده کنیم. رسانه می تواند زمینه این کار را فراهم کند.

دکتر محمدعلی هرمزی زاده

اولین کار، آسیب شناسی و سپس سیاست گذاری و برنامه ریزی و نظارت است.

باید سعی شود سطح ذائقه مخاطب، ارتقاء و توجه مخاطبان از جاذبه های ظاهری و مادی به سمت جاذبه های معنوی و باطنی

سوق داده شود.

نظارت های واحد نظارت باید مستمر باشد؛ یعنی از مرحله ایده برنامه سازی شروع شود و تا بعد از مرحله پخش ادامه یابد. البته نظارت قبل از تولید و حین تولید، مهم ترین بخش نظارت است.

دکتر محمدعلی هرمزی زاده

اولین کار، آسیب شناسی و سپس سیاست گذاری و برنامه ریزی و نظارت است.

باید سعی شود سطح ذائقه مخاطب، ارتقاء و توجه مخاطبان از جاذبه های ظاهری و مادی به سمت جاذبه های معنوی و باطنی سوق داده شود.

ص:۱۴۵

نظارت‌های واحد نظارت باید مستمر باشد؛ یعنی از مرحله ایده برنامه‌سازی شروع شود و تا بعد از مرحله پخش ادامه یابد. البته نظارت قبل از تولید و حین تولید، مهم‌ترین بخش نظارت است.	

نظارت های واحد نظارت باید مستمر باشد؛ یعنی از مرحله ایده برنامه سازی شروع شود و تا بعد از مرحله پخش ادامه یابد. البته نظارت قبل از تولید و حین تولید، مهم ترین بخش نظارت است.

برنامه سازی در رسانه ملی برای اصلاح وضعیت موجود فرهنگ عفاف و حجاب

ـ رسانه ملی، در زمینه برنامه سازی با هدف نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب و مقابله با بدحجابی، چه سیاستی را باید در پیش گیرد و چه برنامه هایی، با چه ساختارهایی و چه موضوع هایی برای چه گروه هایی باید تولید کند؟

ـ دکتر مسعود آذربایجانی: وقتی سیاست ها روشن شد، وظایف و برنامه های تخصصی نیز بر اساس آن روشن می شود. بنده اعتقاد راسخ دارم که بحث عفاف و حجاب، امری ملی است و به قشری خاص اختصاص ندارد. پوشش و حجاب را به همه اقشار باید عرضه کنیم و برایشان خوراک داشته باشیم؛ برای مردان به یک شکل و برای زنان به شکلی دیگر و برای دختران و حتی کودکان به جلوه ای دیگر. متأسفانه اکنون ما از کودکان غفلت کرده ایم. بر اساس روایات، مهم ترین دوره تعلیم و تربیت، فرهنگ سازی و تشکیل هویت و شخصیت، هفت ساله دوم زندگی فرد است. باید توجه داشت در صدا و سیما چه برنامه هایی برای این گروه سنی ساخته می شود. در برنامه های ساخته شده برای این گروه سنی، باید تجدیدنظر اساسی شود.

باید از برنامه هایی که آگاهی بخشی مستقیم دارند، مثل مناظره، نشست و

سخنرانی و دیگر برنامه ها در این زمینه، استفاده کرد. برای مثال، توجه داشته باشیم که مجری یا بازیگری که انتخاب می کنیم، چگونه شخصیتی دارد.

ـ خانم لعیا اعتماد سعید: یک موضوع مهم در برنامه سازی و تولید، مخاطب شناسی است. اغلب برنامه های ما مخاطب مشخصی ندارند. با نگاه به سیر برنامه های تولیدشده در حوزه عفاف و حجاب، در خواهیم یافت که هیچ کدام از این برنامه ها برای قشر کم حجاب یا بی حجاب جامعه ساخته نشده اند. در اصل، شاید در زمان تولید این آثار هیچ کس به مخاطب آنها فکر نکرده است. برای مثال، اگر کسی پیشنهاد برنامه سازی در مورد حجاب در ادیان را بدهد، همه استقبال می کنند، در صورتی که چنین برنامه ای از اساس، بر هیچ گروهی اثرگذار نیست؛ چرا که برای قشر باحجاب، این مسئله که حجاب در ادیان دیگر وجود داشته است یا خیر اهمیتی ندارد و قشر بی حجاب نیز رابطه روشنی با دین ندارد. ما باید درباره مسئله حجاب و همه موضوعات دیگر، کرسی های آزاداندیشی داشته باشیم. مقام معظم رهبری (مد ظله العالی) چندین مرتبه بر این موضوع تأکید داشته اند و یک دلیل این تأکید این است که موضوع حجاب در چند سال اخیر بیشتر به مسئله ای سیاسی تبدیل شده تا یک موضوع اجتماعی و دینی. در برنامه سازی باید گروه های مخاطب مختلف در نظر گرفته شود. برای مخالفان حجاب، تبلیغات غیرمستقیم و نرم بهتر است و چه بسا تبلیغات مستقیم، اثر معکوس نیز داشته باشد.

ـ دکتر سید حسین شرف الدین: بخشی از پاسخ به این پرسش، در پاسخ پرسش قبل، به اختصار بیان شده است. بخشی نیز به مدیریت کلان رسانه و

سیاست های برنامه سازی آن، بخشی به جنبه های فنی و اصول برنامه سازی و بخشی نیز به مخاطب شناسی رسانه مربوط است که همه از حوزه اطلاع و تخصص من خارج است. موضوعاتی مانند عفاف و حجاب، به دلیل فراگیر بودن و ماهیت روزمر گی آن، برای انعکـاس هـای متنوع در قالب های برنامه ای مختلف، متناسب با انتظارهای مخاطبان هـدف، قابلیت های بسـیار دارد. در پاسخ به این پرسش، شاید توجه به ظرفیت های کارکردی رسانه و به طور مشخص، سیمای ملی مفید باشد. توضیح مطلب، این است که برای رسانه های جمعی، از جمله تلویزیون، نقش ها و کارکردهای متعـددی بیان شده است که از هر یک از آنها به تناسب، می توان در موضوع عفاف و حجاب نیز استفاده مفید و مناسب کرد. مهم ترین این کارکردها عبارتند از:

۱. آموزش: اعم از آموزش کلاسـیک و رسـمی (در راسـتای کمک به نظام آموزش و پرورش رسـمی)، که بیشتر، شبکه های تخصصی انجام می دهند؛ آموزش عمومی و غیررسمی که بیشتر به صورت غیرمستقیم و با هدف ایجاد، اصلاح و تغییر نگرش هـا و رفتارهای عموم مخاطبان صورت می پـذیرد. از این کارکرد گاه به «جامعه پـذیری» یا «اجتماعی کردن» توده ها تعبیر می شود.

۲. اطلاـع رسانی: کسب اطلاع از حوادث و وقایع مهم داخلی و خارجی (اخبار و گزارش های خبری و تحلیلی) از طریق فرایند رصد و نظارت و انتقال آن به توده ها با هدف افزایش آگاهی و ایجاد آمادگی های لازم برای رویارویی نظری و عملی با این مسائـل و اطلاع رسانی، به اخبار سیاسـی، اجتماعی و اقتصادی معمول محـدود نمی شود. امروزه طیف گسترده ای از اطلاعات متنوع، به تنـاسب نیـاز مخاطبـان و امکانـات رسـانه، از آشپزی و خیاطی گرفته تا سـرّی ترین و پیچیـده ترین آنها، در رسانه ها عرضه می شود.

۳. ایجاد تداوم و پیوستگی فرهنگی: از طریق جامعه پذیری، انتقال

میراث فرهنگی، ایجاد پیوند میان نسل های متوالی، بازتولید و تقویت اصول و مفروضات مشترک، شکل گیری و تعمیق روح و هویت جمعی. از این کارکرد، گاه به «ایجاد انسجام و هم بستگی» تعبیر می شود.

۴. تفریح و سرگرمی: همه اقدامات آشکار و پنهان رسانه برای پر کردن اوقات فراغت و با هدف ایجاد شادی، فرح، خشنودی، رفع خستگی، رهایی از روزمرگی و مانند آن جزو این کارکرد شمرده می شود. این دست برنامه ها، افزون بر کارکرد معمول، در افزایش اطلاعات، رشد خلاقیت ها، توسعه مهارت ها، شکوفایی استعدادها، تغییر نگرش ها و پرورش قوای جسمی و روحی نیز نقش مؤثری دارند. بخش مهمی از نقش رسانه در فرایند جامعه پذیری، از راه تفریح و سرگرمی صورت می گیرد. برخی آسیب شناسان اجتماعی، بر نقش بالقوه و مؤثر اشتغالات تفریحی و سرگرمی در تحلیل توان، انصراف توجه و مهار اراده های ضد اجتماعی برخی گروه های سنی تأکید کرده اند.

۵. بسیج و تبلیغ: کارکرد بسیج بیشتر جنبه سیاسی و مذهبی دارد و معمولاً برای تهییج توده ها در مسیر اهداف خاص به کار گرفته می شود. این کارکرد در شرایط خاص، ضرورت و اهمیت کاربردی ویژه ای می یابد.

برای رسانه ها کارکردهای دیگری نیز بیان شده که اهمیت کمتری دارند. بر این اساس، از رسانه ملی به ویژه سیما انتظار می رود هریک از ظرفیت های یادشده را به منظور زمینه سازی، تبلیغ، ترویج، تعمیق، پیرایه زدایی، شبهه زدایی و در یک کلام، فرهنگ سازی جامع، درباره عفاف و حجاب فعال سازد و برای افزایش التزام عملی مخاطبان، به ویژه بانوان جامعه به رعایت این مهم، از طریق فرایند تدریجی جامعه پذیری و اجتماعی شدن، همه تلاش خویش را به کار گیرد.

ـ دکتر ابراهیم شفیعی سروستانی: با توجه به وظایف و مسئولیت های گوناگونی که برای رسانه ملی پیش بینی شده است، صدا و سیما باید برنامه های متنوع فراوانی تولید و پخش کند تا این وظایف و مسئولیت ها چنان که شایسته است، تحقق یابد.

در یک نگاه کلی، برنامه هایی را که رسانه ملی برای نهادینه شدن فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه باید تولید کند، به چند دسته می توان تقسیم کرد:

۱. برنامه های مستند، ترکیبی و گفت وگومحور

این گروه از برنامه ها به دو دسته تقسیم می شوند: نخست، برنامه هایی که با رویکرد مستقیم به این موضوع می پردازند و دوم، برنامه هایی که به موضوع یادشده رویکردی غیرمستقیم دارند.

الف) برنامه هایی با رویکرد مستقیم: مهم ترین موضوع هایی که می تواند دست مایه تولید این برنامه ها باشد، به این شرح است:

عفاف و حجاب در قرآن و روایات؛ فلسفه و چرایی عفاف و حجاب؛ آثار و پی آمد های فردی، خانوادگی و اجتماعی رعایت عفاف و حجاب؛ آثار و پی آمدهای گسترش بدحجابی در جامعه؛ دلایل و زمینه های روان شناختی، جامعه شناختی و فرهنگی بدحجابی؛ وظایف و مسئولیت های نظام اسلامی در زمینه گسترش حجاب و مقابله با بدحجابی؛ آسیب شناسی عملکرد خانواده ها در موضوع عفاف و حجاب؛ آسیب شناسی عملکرد نهادها و سازمان های دولتی و عمومی در زمینه عفاف و حجاب؛ نقد و بررسی رویکرد رسانه های غربی در موضوع عفاف و حجاب زنان مسلمان؛ معرفی الگوهای برتر در زمینه عفاف و

حجاب؛ بررسی پدیده گرایش روزافزون زنان اروپایی به اسلام و ارزش های اسلامی.

ب) برنامه هایی با رویکرد غیرمستقیم: مهم ترین موضوع هایی که مناسب است در این زمینه به آنها پرداخته شود، به این شرح است: مبانی نقلی و عقلی تقلید در احکام شرعی؛ تأثیر اعتقاد به معاد در زندگی روزمره انسان ها؛ حقوق فردی و شخصیت اجتماعی زن مسلمان؛ نقد و بررسی جایگاه زن و خانواده در مغرب زمین.

۲. برنامه های نمایشی

بی تردید، از اثرگذارترین قالب های برنامه سازی برای انتقال و نهادینه کردن هنجارها و ارزش های اجتماعی، قالب فیلم، سریال و برنامه های نمایشی است. به همین دلیل، رسانه ملی باید از این قالب برای گسترش و نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه، به خوبی استفاده کند. برخی موضوع هایی که می تواند دستمایه کارهای نمایشی در این زمینه باشد، به این شرح است:

ـ عفاف و حجاب، عاملی برای در امان ماندن از آسیب ها و ناهنجاری های اجتماعی؛

ـ داستان زندگی دختران و زنانی که با شناخت و مطالعه به فرهنگ عفاف و حجاب روی آورده اند؛

ـ آثار و پی آمدهای بی توجهی یا کم توجهی به ضوابط و چارچوب های شرعی عفاف و حجاب؛

ـ زندگی افرادی که با حفظ عفاف و حجاب به مقام های بالای علمی، آموزشی، پژوهشی، فرهنگی، هنری، تولیدی و صنعتی دست یافته اند.

۳. نماهنگ ها و میان برنامه ها

تجربه چند ساله اخیر رسانه ملی در زمینه تولید نماهنگ ها، تیزرها و میان برنامه های انیمیشن (پویانمایی) و رئال (واقعی) در زمینه فرهنگ سازی یا اصلاح فرهنگ، در موضوع های گوناگونی چون صرفه جویی در مصرف حامل های انرژی، سوءمصرف مواد مخدر، استفاده بی رویه بعضی داروها، فرهنگ ترافیکی و استفاده از کمربند ایمنی، نشان داده است که این قالب های برنامه سازی اگر جذاب و باکیفیت ساخته شده باشند، در اصلاح ناهنجاری های اجتماعی و ترویج فرهنگ صحیح در حوزه های مختلف زندگی فردی و اجتماعی بسیار مؤثرند. ازاین رو، شایسته است در تبلیغ و ترویج فرهنگ عفاف و حجاب و نهادینه کردن آن نیز از این قالب های جذاب و اثرگذار استفاده شود.

برخی موضوع هایی که با استفاده از قالب های یادشده می توان به آنها پرداخت، عبارتند از:

لطافت ها و زیبایی های حجاب با بیانی زیبا؛ سیر تحول دخترانی که در پی یک رویداد، حجاب برتر را برمی گزینند و آثار نامناسب بی توجهی به فرهنگ عفاف و حجاب.

ـ دکتر اصغر فهیمی فر: از مسائل اصلی برنامه سازی، مخاطب شناسی است. می توان بررسی کرد، چه گروه هایی از چه برنامه هایی استقبال و چه برنامه هایی را نقد می کنند یا چه برنامه ها و چه فضاهایی را می خواهند؟ تلویزیون می تواند یک بیمارستان روانی بزرگ باشد که مخاطبان را دیوانه کند یا بهبود ببخشد.

نظریه پردازانی مثل کالچر می گویند: اثر هنری، تبلور روح هنرمند است.

ص:۱۵۲

هنرمنـد وقتی به شـعاری اعتقاد نداشـته باشـد، اگر به ظاهر آن را بگویـد، تأثیر نخواهـد گذاشت، ولی اگر اعتقاد داشـته باشد، بسیار تأثیر خواهد داشت.

ـ دکتر محمدعلی هرمزی زاده: این سـیاست گذاری ها، بسیار پیچیده، همه جانبه و چندجانبه است. ابعاد بسیار زیادی را باید در سیاست گذاری ها و برنامه ریزی ها در نظر گرفت. از نظر گروه های مخاطب، هیچ محدودیتی نباید باشد. برای مثال، رسانه ملی بایـد برای همه گروه هـای سـنی، از کـودک دو سـاله تـا افراد نود سـاله برنـامه ریزی داشـته باشـد. برای همه مخاطبـانش؛ خردسال، کودک، نوجوان، جوان، میانسال و بزرگ سال بایـد برنامه ریزی داشـته باشـد. همچنین برای جـذب مردان و زنان و همه گروه هـای تحصـیلی و شـغلی بایـد برنامه ریزی کنـد. رسانه ملی بایـد برای همه گروه ها برنامه هایی متناسب با خودشان بسـازد؛ چون رسانه ملی است. رسانه ملی؛ یعنی فراتر از گروه بنـدی ها؛ فراتر از گروه های سـنی، جنسـی، تحصـیلی، شـغلی وماننـد آن. پس در سـیاست گـذاری هـا بایـد همه جـانبه نگری وجود داشـته باشـد. افزون بر این، رسـانه ملی بایـد برای تربیت نیروهای متخصص و متعهد برنامه داشته باشد.

مهم ترین موانع اثرگذاری برنامه های رسانه ملی و چگونگی غلبه بر آنها

ـ مهم ترین موانع اثرگـذاری برنـامه های رسانه ملی در زمینه گسترش فرهنگ عفاف و حجاب و مقابله با بـدحجابی چیست؟ چگونه می توان بر این موانع غلبه کرد؟

ـ دکتر مسعود آذربایجانی: موانع دو دسته اند:

۱. موانع خـارجی و اجتنـاب ناپـذیر،ماننـد فرهنگ عمومی جهان، اینترنت و ماهواره که بخشـی از ذهنیت و هنجارهای افراد را می سازند.

مقابله با این موانع، با وجود اِعمال محدودیت هایی مانند جمع آوری ماهواره ها امکان پذیر نیست، بلکه برای مقابله با آن باید در زمینه تولیدات داخلی سرمایه گذاری و بر اقتضائات خود تأکید کنیم.

۲. موانع داخلی که خود بر دو نوع است: ناهماهنگی و ناهم گرایی در سیاست گذاری و اجرای آن؛ انتقال پیام های متناقض در اجرای این سیاست گذاری، در برنامه ها و فیلم ها به مخاطبان.

ناظران نیز محتوای برنامه ها را نمی توانند به درستی بررسی کنند. گاه در برنامه ای که هدف آن ترویج حجاب است، بدحجابی ترویج می شود. بنابراین، باید از این نظر هماهنگ و هم گرا عمل کنیم.

ـ خانم لعیا اعتماد سعید: اگر برنامه های خوبی ساخته شده، اما اثرگذار نبوده است، دلیلش هماهنگ نبودن دیگر دستگاه های فرهنگی با رسانه است. اگر در پی تغییرات اجتماعی هستیم، نمی توانیم انتظار داشته باشیم که رسانه به تعریف امروزی آن و به تنهایی، این کار را انجام دهد. این کار به دو بازوی مهم دیگر نیز نیاز دارد که یکی پوشش دادن فضای مجازی و دیگری سامان دادن حرکت های مردمی و استفاده از پتانسیل نیروهای مردمی است. چنین رسانه ای با این سه بازو، می تواند اثرگذار باشد و جریان های اجتماعی ایجاد کند.

ـ دکتر مریم حاج عبدالباقی: یکی از مهم ترین موانع، برنامه های ماهواره است که برای مخاطب بسیار جذابیت دارد. طبیعی است کسی که به تماشای ماهواره عادت کرد، تماشا نکردن آن برایش دشوار است، مانند کسی که به خوردن غذای ناسالم عادت کرده، غذاهای سالم به نظرش بی مزه می آید. در مقابل، کسی که به خوردن غذای سالم عادت کرده،

غـذای ناسالم به نظرش بـد است. برنامه های ماهواره، غـذای ناسالم است، ولی ذائقه ها به آن عادت کرده است. ما نمی توانیم به خاطر کسانی که به غـذای ناسالم عادت کرده انـد، غذای سالم خود را از دست دهیم. ما باید با صبر و حوصـله، غذای سالم خود را تهیه کنیم. بی شک، برنامه ها و فیلم های ماهواره بسـیار تنوع دارند. برنامه های ماهواره بیشتر جاذبه دارند؛ زیرا هیجان کاذب ایجاد می کنند. در قرآن کریم آمده:

إِذْ جَعَـلَ الَّذِينَ كَفَرُواْ فِى قُلُـوبِهِمُ الْحمِيَّةَ حَمِيَّةَ الْجَاهِلِيَّةِ فَأَنزَلَ اللَّهُ سَـكِينَتَهُ عَلى رَسُولِهِ وَ عَلى الْمُؤْمِنِينَ وَ أَلْزَمَهُمْ كَلِمَةَ التَّقْوَى وَ كَانُواْ أَحَقَّ بِهَا وَ أَهْلَهَا وَ كَانَ اللَّهُ بِكلُ ِّشى ءٍ عَلِيماً (فتح: ۲۶)

برای اینکه آنهـا که کـافر شدنـد، حمیت هـای جـاهلیت را در دل پرورانده‌انـد و خـدا در مقابـل آن نیروی درونی کفـار، نیروی آرامش بر رسول و بر مؤمنین نـازل کرد و کلمه تقوا را نیروی جدانشـدنی ایشـان کرد و ایشان سـزاوارترین فرد به آن بودنـد و اهلیت آن را داشتند و خدا به هر چیزی دانا است.

کـافران، حمیت جـاهلیت دارنـد. خـدا می گویـد من در ازای حمیت جاهلی کافران، به مسـلمانان وقار و آرامش دادم. ما نمی توانیم مثل غربی ها باشـیم. بی شک، برنامه های آنها مانع ما هستند. حقیقت این است که ما باید ارزش ها و معیارهای خود را عرضه کنیم.

_ دکتر کریم خان محمدی: یکی از موانع اثرگذاری، سیاسی کردن و سیاسی شدن موضوع است. باید بکوشیم مقوله حجاب را به عنوان گزاره ای دینی، از سیاسی بودن خارج کنیم.

از موانع دیگر، رفتار گزینشی و نمادینه سازی حجاب است. رفتار

گزینشی در مقوله حجاب، این است که از میان این همه تخلف، بدحجابی را ببینید. این روش، تأثیر منفی دارد. در جامعه اگر غیبت کنی یا دروغ بگویی، مهم نیست، ولی اگر حجاب را رعایت نکنی، معضلی اجتماعی است.

مانع دیگر، غفلت از کارکردهای منفی است. غفلت از دیگر عوامل مؤثر است. بحث حجاب فقط به رسانه ملی ربط ندارد، خانواده نیز بسیار مهم است. ما باید کیان خانواده را حفظ کنیم. افراد جداافتاده از خانواده، اغلب به انحراف روی می آورند.

مانع دیگر، بهره نگرفتن از افراد معتقد و متخصص است. خداوند در قرآن می فرماید: «اِنَّ خیرَ مَنِ استَأجَرتَ القوی الامین؛ بهترین اجیر، کسی است که هم نیرومند باشد و هم امین.» (قصص: ۲۶) یعنی انسان اول باید قوی باشد و بعد امین؛ اول تخصص، بعد تعهد.

یکی از موانع پذیرش یک هنجار، فضای آنومیک است. فضای آنومیک سه معنا دارد:

۱. اجمال هنجار؛ یعنی اینکه نمی دانیم حجاب چیست.

۲. تعارض هنجارها که سبب می شود فضای آنومیک ایجاد شود و مخاطب نپذیرد. برای مثال، پدر و مادری با هم اختلاف دارند. مادر به کودک می گوید این کار را انجام بده و پدر می گوید این کار را نکن. کودک نیز به هیچ کدام گوش نمی دهد. اینجا فضای آنومیک ایجاد می شود. پس باید پدر و مادر در غیاب کودک، به یک اجماع یا توافق برسند که کودک باید چه کار کند.

۳. فقدان هنجار؛ سومین معنای فضای آنومیک این است که ما در یک زمینه، اصلاً هنجاری نداشته باشیم. برای مثال، دختر یازده ساله می پرسد من

چطور لباسی بپوشم؟ می گوییم برای تو تکلیفی نیست (چون هنجار نداریم). ما باید تکلیف را روشن کنیم، دولت نمی تواند بگوید تکلیف ندارید. باید لباس های مناسب در سنین مختلف را مشخص کرد.

ـ حجت الاسلام و المسلمین محمدرضا زیبایی نژاد: ۱. اول اینکه مناسب است برای غلبه بر وضعیت کنونی، در رسانه فضای رقابتی ایجاد شود. رقابتی شدن، یک معنای بد دارد و یک معنای خوب. معنای بد آن، این است که رسانه، دیگر رسانه جمهوری اسلامی نباشد و اجازه دهیم هرکسی رسانه تأسیس کند. این، یعنی رها کردن فرهنگ. رقابتی شدن، معنای دیگری نیز می تواند داشته باشد و آن، این است که صاحب نظران فرهنگ و رسانه، نقاط آسیب پذیر را مشخص کنند. برای مثال، بگویند موسیقی نقطه آسیب است و باید به جای سرگرمی بر اساس موسیقی، برنامه دیگری جایگزین کرد. هم اکنون برخی معتقدند ما ناچاریم با موسیقی، فضای خالی برنامه ها را پر کنیم. راهکارش این است که در یک سیستم رقابتی، جایگزینی برای موسیقی بیابیم که خاصیت سرگرم کنندگی موسیقی را نیز داشته باشد. اگر بخشی از سرمایه های ملی را به سوی رقابت در تولید جایگزین ها ببریم، می توان کاری انجام داد و چیزی تولید کرد که جایگزین موسیقی شود. رادیو معارف این کار را انجام داد و مخاطب نیز جذب کرد. تلویزیون نیز برنامه های طنزی تولید کرد که از لودگی به دور بود.

۲. برخی معتقدند برای اینکه مردم به ماهواره متمایل نشوند، باید برخی مزایای ماهواره را وارد رسانه کنیم. اینکه می گویم دلالت التزامی از دلالت مطابقی مهم تر است، در این موارد اهمیت خود را نشان می دهد. اگر کسی تحلیل تربیتی کند، می تواند تأثیر الگوبرداری از ماهواره ها را در

سبک زندگی جنسی نشان دهد.

سؤال فرعی ـ به نظر می رسد اگر رسانه وارد این فضای نسبتاً باز نشود، مخاطب خود را از دست می دهد!

این علت دارد. رابطه رسانه ملی با مخاطب، رابطه ای دوسویه است؛ هم اثرگذار و هم اثرپذیر؛ ولی باید دید رسانه در این زمینه، چه نقشی برای خود تعریف می کند. گاهی رسانه نمایانگر گرایش های عوام است. تربیت در ارتباط متقابل صورت می گیرد، اما در این فرایند، دو طرف در یک موقعیت قرار ندارند و رسانه برای خود موقعیت برتر تربیتی تعریف کرده است. اگر رسانه، مردم را در یک حریم امن حرکت دهد، زاویه دیدشان روز به روز درست تر می شود. البته با دادن پیام های مستقیم به مردم در هر موقعیتی مخالفم؛ زیرا ممکن است مقاومت اجتماعی را زیاد کند. نتیجه عملکرد، باید به اصلاح رابطه زن و مرد و تقویت تمایل به حجاب منجر شود، نه اینکه فقط درباره حجاب صحبت کنیم. رسانه ملی باید به گونه‌ای عفاف و حجاب را نشان دهد که فرد احساس کند عفاف، گره های زندگی او را می گشاید و نیاز مغفول مانده زندگی اوست. در ادبیات دینی آیه «الرِّجَالُ قَوَّامُونَ عَلَى النِّسَاءِ» را داریم. آیا این آیه، چیزی غیر از نظام عمودی مبتنی بر رهبری پدر را نشان می دهد؟

باید نهاد علمی عریض و طویلی، پشتوانه محکم رسانه ملی باشد و راهکارها و راهبردهای آن در تمام بخش های رسانه ملی جاری باشد. برای مثال، بگوید نظریه تربیتی ما چیست تا رسانه ملی بر اساس آن مردم را تربیت کند یا نظریه جنسی نظام چیست تا رسانه ملی بر اساس آن فعالیت کند.

ص:۱۵۸

ـ دکتر سید حسین شرف الدین: ضعف در برنامه ریزی و سیاست گذاری جامع و هدفمند، تلاش ناکافی در جهت آگاهی بخشی و اطلاع رسانی، اهتمام نداشتن به الگوسازی هدفمند و جهت دار، ناتوانی در تشریع و ملموس سازی استانداردهای پوششی مطلوب، جدی نگرفتن آثار و پی آمدهای مخرب بی حجابی و بدحجابی در گستره جامعه، خودکم بینی یا کم توجهی به نقش و موقعیت مقتدرانه خود در عرصه فرهنگ سازی و الگودهی؛ کم توجهی به نقش و تأثیر الگویی شخصیت های هنری فعال در برنامه های تلویزیونی و جایگاه برجسته آنها به ویژه در میان قشر جوان و نوجوان؛ عملکردهای متناقض و نامنسجم؛ افراط و تفریط های نادرست در شخصیت پردازی ها؛ کلیشه سازی صوری بدون پشتوانه های نظری و مطالعاتی؛ محدود کردن حجاب به پوشش ظاهری و غفلت از حیا و عفاف و مظاهر متنوع آن به عنوان روح و جوهر حجاب؛ پخش محصولات خارجی دارای صحنه های مبتذل؛ توجه سطحی به کارکردهای آشکار و کم توجهی یا غفلت از کارکردهای پنهان اخلاقی و تربیتی برنامه ها؛ ضعف عملی در پای بندی به رعایت هنجارهای دینی پوشش در برنامه سازی ها یا اکتفا به حداقل های فقه؛ برجسته سازی خواسته یا ناخواسته تیپ های غیرارزشی؛ ترویج خواسته یا ناخواسته مدگرایی؛ کم توجهی به حقوق مخاطب و اینکه هر نوع زمینه سازی برای چشم چرانی و تحریک احساسات مخاطبان، نوعی اعانت بر اثم تلقی می شود؛ میدان دادن به سلیقه ورزی ها در سطوح پوششی و آرایشی هنرپیشگان و بازیگران و تقویت انگاره شخصی بودن عفاف و حجاب.

در پاسخ به بخش دوم افزون بر آنچه در پاسخ به پرسش های قبل بیان شد، توجه به نکاتی چند، مفید خواهد بود: توجه جدی به رسالت و

مـأموریت فرهنگی رسـانه ملی به عنوان یـک دانشـگاه عمومی؛ توجه دقیق به نقش و تـأثیر مثبت و منفی رسـانه ملی در افکـار عمومی و فراینـد فرهنـگ سـازی و جـامعه پـذیری؛ جـدی گرفتن جریـان تهـاجم فرهنگی و توطئه های پیـدا و پنهان دشـمن و بازتـاب آن در موضوع عفـاف و حجـاب؛ جـدی گرفتن رسـانه هـای رقیب و گسـتره و تنوع فعـالیت آنها در جـذب حـداکثری مخـاطب ایرانی؛ شـناسایی انتظارهـا و دغـدغه ها و مطالبات مردم مؤمن و فرهیختگان جامعه و اهتمام به تأمین آن؛ برنامه ریزی جـامع برای تـأمین انتظارهـا و ایفـای درست نقش هـا؛ کنترل فراینـد تولیـد و پخش و خریـد محصولات رسانه ای؛ تأمین لوازم پژوهشـی، فنی، هنری و مـدیریتی لازم برای تولیـد محصولات فرهنگی مفیـد و مؤثر در ارتقای فرهنگ عفاف و حجاب؛ زمینه سـازی برای ارزیـابی و نقـد مسـتمر برنـامه هـا توسـط کارشـناسان؛ بـازخوردگیری مسـتمر از افکار عمومی؛ همکاری با مراکز مختلف علمی با هدف تأمین نیازهای مطالعاتی و پژوهشـی؛ بهره گیری از ظرفیت های دیگر مراکز به ویژه بخش خصوصی در تأمین برنامه های مورد نیاز.

ـ دکتر اصـغر فهیمی فر: در درجه اول، سیاست ها خوب نیست؛ یعنی برداشت ما از فرهنگ عمومی، برداشتی عوامانه است و این تأثیر می گذارد. ما باید نسل جدید را مثل نسل قدیم طرفدار انقلاب نگه داریم.

وقتی شـما شـبکه ای راه انـدازی می کنید، قرار نیست از ابتدا ۲۴ ساعت برنامه داشـته باشد. شـبکه پنج ساعته باشد، حتی یک مـدت آزمایشـی باشد و اگر جواب نداد، راحت قطع شود. اگر شـبکه ای راه بیفتد و اندک اندک جلو برود، آدم های خود را نیز تربیت می کند، فضای باز و بازار کار ایجاد می شود. لزومی ندارد که در شبکه حتماً متخصص ها حضور داشته باشند،

طبقه غیرمتخصص نیز مشارکت می کنند. چند متخصص ورزشی پشت یک برنامه ورزشی هستند؟ شبکه های دینی نیز این گونه هستند؟ بنابراین، اینها را باید به صورت نسبی دید و اندک اندک راه انداخت.

ما یک امتیازهایی داریم که شبکه های ماهواره ای ندارند، این است که مردم، فیلم سینمایی ایرانی و سریال های ایرانی را ترجیح می دهند؛ زیرا علقه های آنها هستند. اگر کار را به دست مردم بدهید، واقعاً این کار جلو می رود.

ـ دکتر نیره قوی: تناقض ها مهم ترین مانع اثرگذاری هستند. برای مثال، هنرپیشه ای ازدواج نکرده، ولی همیشه نقش مادر را بازی می کند. نمی خواهم بگویم نباید چنین نقشی را بازی کند، ولی شاید نتواند آن حس مادرانه را منتقل کند و تأثیرگذاری کم شود. مانع دیگر، باور نداشتن برنامه سازان ما به وجوب رعایت حجاب است که تبلور آن را در برنامه های مختلف می بینیم. مانع دیگر، جذابیت نداشتن برنامه هاست. مقطعی و تقویمی نگاه کردن به مقوله حجاب نیز از جمله موانع اثرگذاری است.

باید طبق شرعمان عمل کنیم. با این حال، ایفای نقش نباید باعث شود خط قرمزهایی که در زندگی و در دین داریم، زیر پا بگذاریم.

شبکه های مختلف ماهواره ای، موضوعات جذاب و اجتماعی را انتخاب می کنند، ولی قبح کار را نشان نمی دهند. آنها با نمایش خانمی که روابط نامشروع دارد یا مردی که خیانت می کند یا فرزندی که حرمت خانواده را می شکند در قالب های جذاب، نه تنها نمی گذارند مخاطب متوجه آن قبح شکنی شود، بلکه با ارائه ای جذاب، نوعی همزادپنداری میان مخاطب و فیلم ایجاد می کنند.

ـ دکتر محمدعلی هرمزی زاده: بعضی موانع مربوط به مخاطب، بعضی موانع مربوط به برنامه ساز و برخی موانع مربوط به برنامه است. گاهی پیام اشکالی ندارد، بلکه اشکال مربوط به مخاطب است. اشکال در برخی از مخاطبان بود که حق پذیر نبودند. گاهی نیز مخاطب، مستعد پذیرش حق است، ولی ما شایسته نیستیم که او را به سوی حق دعوت کنیم، چون خودمان عامل به حق نیستیم و به جایی نرسیده ایم که بتوانیم دیگران را به سوی حق دعوت کنیم. گاهی هم شایستگی لازم برای این کار داریم، ولی فوت و فن آن را بلد نیستیم.

گاهی برنامه ساز انسان صالحی است، ولی شیوه کار را بلد نیست؛ یعنی هنرمندی لازم را ندارد و پیام متعالی و والای خود را به شکلی غیرجذاب و غیرهنرمندانه عرضه می کند. ما باید بتوانیم پیام خود را به شکلی زیبا و هنرمندانه به مخاطب عرضه کنیم؛ نه برای اینکه همه مخاطبان را جذب کنیم؛ چون این غیرممکن است؛ بلکه برای اینکه مخاطبان مستعد را جذب کنیم. برنامه ای که می سازیم، باید در عین حال که مروج ارزش های دینی مثل عفاف و حجاب است، زیبا و جذاب نیز باشد؛ البته زیبایی و جذابیت مشروع، نه نامشروع.

نتیجه گیری

جملات کلیدی(موانع برنامه سازی فراروی رسانه ملی)

دکتر مسعود آذربایجانی	موانع بر دو دسته‌اند: ۱. موانع خارجی و اجتناب‌ناپذیر، مثل فرهنگ عمومی جهان، بحث اینترنت و ماهواره. ۲. موانع داخلی که خود بر دو نوع

دکتر مسعود آذربایجانی

موانع بر دو دسته اند:

۱. موانع خارجی و اجتناب ناپذیر، مثل فرهنگ عمومی جهان، بحث اینترنت و ماهواره. ۲. موانع داخلی که خود بر دو نوع

	است: الف) ناهماهنگی و ناهم‌گرایی در سیاست‌گذاری و اجرای آن؛ ب) انتقال پیام‌های متناقض در اجرای این سیاست‌گذاری در برنامه‌ها و فیلم‌ها به مخاطبان.
دکتر کریم خان‌محمدی	سیاسی کردن و سیاسی شدن موضوع رفتار گزینشی و نهادینه‌سازی حجاب؛ یعنی اینکه شما از میان این همه تخلفات، بدحجابی را می‌بینید. بهره نگرفتن از افراد معتقد و متخصص ایجاد فضای آنومیک

است: الف) ناهماهنگی و ناهم گرایی در سیاست گذاری و اجرای آن؛ ب) انتقال پیام های متناقض در اجرای این سیاست گذاری در برنامه ها و فیلم ها به مخاطبان.

دکتر کریم خان محمدی

سیاسی کردن و سیاسی شدن موضوع

رفتار گزینشی و نهادینه سازی حجاب؛ یعنی اینکه شما از میان این همه تخلفات، بدحجابی را می بینید.

بهره نگرفتن از افراد معتقد و متخصص

ایجاد فضای آنومیک

راهبردها و سیاست های رسانه ملی برای نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب

ـ رسانه ملی به منظور اصلاح وضعیت عفاف و حجاب در جامعه، چه اهداف، سیاست ها و راهبردهایی را باید سرلوحه خود قرار دهد و بر اساس چه برنامه زمان بندی شده ای باید اقدام به این کار کند؟

ـ خانم لعیا اعتماد سعید: مسئله حجاب، مسئله ای پیچیده است که ساختارها و علل مختلفی در آن دخیل هستند و در طی چندین سال، به وضعیت کنونی درآمده است. بنابراین، نمی توان انتظار داشت در مدت کوتاهی حل شود. به نظر من نخست باید جرئت شناسایی مشکل را داشته باشیم. سپس راه حل آن را جست وجو کنیم. بنده معتقدم طراحی چنین برنامه ای به همراه زمان بندی اجرای آن را باید تیمی از پژوهشگران و متخصصان انجام دهد تا ان شاءالله به نتایج مطلوبی بینجامد.

ـ دکتر مریم حاج عبدالباقی: خداوند در قرآن کریم و در سوره احزاب به

مسلمان ها می گوید: ببینید در جنگ احزاب که نبرد نظامی بود، پیامبر، الگو و اسوه شما بود. ازاین رو، شما شکست نخوردید و دشمن شکست خورد. منافقان بسیار تلاش کردند، ولی چون شما پیامبر را مقتدای خودتان قرار داده بودید، لطمه ندیدید. در سوره احزاب نیز می فرماید: دیگر جبهه نظامی تمام شده و جبهه فرهنگی آغاز شده است. باید در جبهه فرهنگی نیز از پیامبر الگو بگیریم و پیامبر مقتدای ما باشد. دشمن برای اینکه شما را در جبهه فرهنگی شکست دهد، می خواهد اقتدار و پاکی شما را از بین ببرد و الگویی مانند پیامبر را از شما بگیرد. پیامبر اشتباهی در رفتارهایش ندارد که دشمنان بتوانند از آن استفاده کنند، ولی احتمال اینکه خانواده پیامبر مثلاً زنان او اشتباه کنند، وجود دارد. پس مسلمانان باید مراقب باشند که دشمنان با نقطه ضعف گرفتن از همسر پیامبر، به ترور شخصیت او نپردازند. در چنین شرایطی حجاب مطرح می شود. رعایت حجاب همسران پیامبر، با ناز و غمزه صحبت نکردن و رفت و آمد کمتر مردها به خانه پیامبر، برای این است که قداست خانواده پیامبر۹ حفظ بشود و منافقان نتوانند کاری از پیش ببرند.

حدود ورود و خروج به خانه های دیگران، مسئله حجاب، کنترل چشم، پوشش، ازدواج، رعایت عفاف، حریم خانه، ساعات خصوصی زن و شوهر؛ یعنی ابعاد مختلف حجاب که عبارتند از: رفت و آمد، پوشش، راه رفتن، حرف زدن، برخورد با خلافکارها و پرده درها، شیوع زنان بدکاره در سطح شهر، که از خود فحشا بدتر است، همه در سوره نور به زیبایی ترسیم شده است. حال اگر به مردم غرب باور جامعه ما بگویید که این لباس از غرب آمده، به نظرشان زیبا می آید. این مشکل مزید بر علت است.

ــ دکتر کریم خان محمدی: برای ساماندهی این کار، باید از نخبه ها و

متخصـص هـا بر اسـاس تئوری زمینه ای اسـتفاده کرد تـا آنهـا به گفت و گو و تبادل نظر بپردازنـد. از دل این گفت و گوها این فراینـد نیز به دست می آید. ما در سـریال های خود باید تحولاتی داشـته باشـیم که این در دست دولت و رسانه ملی است. آن گروه نخبه باید الگوی حجاب را معرفی کند و بگوید از اینها نباید سرپیچی شود. سریال ها باید کاملاً اسلامی باشد.

ـ حجت الاسـلام و المسـلمین محمدرضا زیبایی نژاد: این کار سـخت است، اما نخست باید مشخص شود که رفتار رسانه ملی بـه فلسـفه و نظریـه تربیتی اسـلامی و تربیـت جنسـی اسـلامی مسـتند اسـت یـا نـه؟ فعـالیت هـای نهادهـای حکومـتی در چنین موضوعاتی، بایـد به نظریه جنسـی اسـلامی مسـتند باشـد. سؤال این است که کدام مطالعات اجتماعی، نظری، فلسـفی و کلامی بـاعث شـده که به این دو موضوع نگـاهی منفی داشـته باشـیم؟ اگر اینهـا محـدود شود به مصـلحت کشور هست یا نه؟ ابتـدای انقلاب که میشل فوکو، به ایران آمده بود، از آقای دکتر داوری پرسـیده بود: نظریه جنسی حکومت شما چیست؟ دکتر داوری گفته بود: ازدواج. او گفته بود منظورم اینها نیست، شـما چگونه نیاز جنسـی جوانانتان را برطرف می کنیـد؟ اگر حکومت برای نیاز جنسـی جوانان برنامه نداشته باشد، ساقط می شود؛ یعنی این نیاز جنسی از مسائل سیاسی سر درمی آورد. ما در ایران هنوز نظریه تربیت جنسی نداریم و سیاست های رسانه در مناسبات جنسی نیز تدوین نشده است. به طور طبیعی، الگوی جنسی رسانه نیز طراحی نشده است و ما شاخص های رشد جنسی متناسب با رسانه نیز نداریم. در بحث عفاف و حجاب نیز شاخص نداریم؛ یعنی یک فیلم ساز با نشان دادن چنـد زن چادری، تشویق می شود؛ بـدون اینکه فیلم، واقعاً در خـدمت ترویج حجاب باشد. از دیگر سو، فلسفه اسلامی هنر

نیز باید تدوین شود. اگر بخواهیم مضامین تربیتی را به زبان هنر بیان کنیم، این زبان هنر از چه قواعدی باید پیروی کند؟ مسئله آخر، تربیت نیروی انسانی است. می توان نیروهای انسانی متدین را که خودجوش یا در سازوکارهای دیگر، تربیت دینی شده اند، به کار گرفت.

ــ دکتر سید حسین شرف الدین: این پرسش به سیاست گذاری کلان رسانه ملی درباره عفاف و حجاب ناظر است و جنبه های مختلفی دارد. بخشی از آنچه در پاسخ به پرسش های قبل بیان شد، می تواند پاسخ این پرسش نیز باشد. شناسایی دقیق وضعیت کنونی، بررسی کارشناسانه علل و عوامل بی حجابی و بدحجابی و تشدید روزافزون آن در جامعه، تدوین چند مرحله ای سیاست های راهبردی متناسب با اهداف و انتظارها و امکانات و مقدورات رسانه، همکاری و هماهنگی با دیگر سازمان های فرهنگی درگیر در موضوع، فراهم آوردن مقدمات لازم سخت افزاری و نرم افزاری برای تولید برنامه های متنوع و باکیفیت، متناسب با نیاز مخاطبان.

ــ دکتر ابراهیم شفیعی سروستانی: ۱. گفتمان سازی در زمینه فرهنگ عفاف و حجاب: یکی از اقدامات رسانه گفتمان سازی در زمینه فرهنگ عفاف و حجاب است. امروزه در همه محافل دانشگاهی، مجامع و سازمان های بین المللی، گروه ها و سازمان های مدافع حقوق زنان و رسانه های نوشتاری، دیداری و شنیداری، دیدگاه غالب در مورد زن و خانواده، همان دیدگاهی است که فرهنگ و تمدن غربی به جهان تحمیل کرده است. در چنین فضایی، رهبر معظم انقلاب اسلامی ضرورت گفتمان سازی در حوزه زن و خانواده را بر اساس دیدگاه اسلامی مطرح کرد. ازاین رو، رسانه ملی باید در

راستای گسترش و نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب، بر اساس راهبرد تغییر گفتمان غربی در نگاه به زن و خانواده و گفتمان سازی در زمینه دیدگاه اسلام در این باره، سیاست گذاری و برنامه ریزی کند. همچنین بر اساس همین گفتمان، فرهنگ عفاف و حجاب را به عنوان بخشی از دیدگاه اسلام درباره حقوق و شخصیت زن، تبیین کند.

۲. تقویت انگیزه های درونی: بررسی اجمالی فراز و فرودهای وضعیت حجاب در جامعه ایران از آغاز پیروزی انقلاب اسلامی تاکنون، دو واقعیت مهم را بر ما روشن می سازد:

نخست اینکه اگر زمینه های فرهنگی و اجتماعی فراهم باشد، همه زنان مسلمان بر اساس فطرت پاک خود، فرهنگ عفاف و حجاب را بر فرهنگ برهنگی و بی بند و باری ترجیح می دهند؛

دوم اینکه گسترش فرهنگ حجاب، بدون توجه به انگیزه های درونی و پایه های اعتقادی افراد و با بهره گیری از اهرم زور و اجبار، امکان پذیر نیست و حتی اگر افراد به اقتضای شرایط و با اثرپذیری از عوامل اجبارکننده، به حجاب تن دهند، این امر بقا و دوامی نخواهد داشت و با تغییر شرایط و برطرف شدن عوامل اجبارکننده، حجاب را کنار خواهند گذاشت.

ازاین رو، رسانه ملی باید برنامه های آموزشی، تبلیغی و ترویجی خود در زمینه عفاف و حجاب را بر اساس تقویت پایه های اعتقادی و انگیزه های درونی مخاطبان خود تنظیم کند.

۳. ایجاد هم گرایی و هم افزایی در سازمان ها و نهادهای مسئول: ایجاد هم گرایی و هم افزایی بین سازمان ها و نهادهایی که هر یک وظیفه و مسئولیتی ویژه در زمینه گسترش و نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب

در جامعه دارنـد، امری ضـروری اسـت. در نگـاه اول، ممکن است چنین به نظر رسـد که این نقش را بایـد سازمـان یـا نهـادی اجرایی ایفـا کنـد که بر دیگر سازمـان هـا و نهادهـای اجرایی کشور اشـراف دارد، ولی با قـدری تأمل، روشن می شود که هم گرایی و هم افزایی واقعی، زمانی محقق می شود که رسانه ملی به عنوان نماینده افکار عمومی جامعه، از یک سو خواسته ها و مطالبـات رهبر معظم انقلاـب اسـلامی، مراجع بزرگوار تقلیـد و مردم مسـلمان و متعهـد کشورمـان را از سازمـان هـا و نهادهای مسـئول در زمینه اصلاح وضعیت عفاف و حجاب در کشور، مطرح سازد و از دیگر سو، عملکرد سازمان و نهادهای مسئول در این زمینه را نقـد و بررسـی و ارزیـابی کنـد. همچنین، بـا بهره گیری از دیـدگاه های کارشناسـی، راه حل های مناسبی را برای اصلاح عملکرد آنها پیشنهاد دهد.

بنابراین، رسانه ملی بایـد در راهبردهای خود، به موضوع ایجاد هم گرایی و هم افزایی در سازمان ها و نهادهای مسـئول در این زمینه توجه ویژه کند.

۴. افزایش احسـاس مسـئولیت اجتماعی در برابر پدیـده بـدحجابی: یکی دیگر از راهبردهای مهم رسانه ای در زمینه گسترش و نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب، افزایش احساس مسـئولیت اجتماعی در برابر پدیـده بدحجابی، بالا بردن سـطح نظارت عمومی در این زمینه و تقویت نقش سازمـان های مردم نهاد در گسترش فرهنگ عفاف و حجاب و مقابله با پدیـده بـدحجابی است.

ـ دکتر اصغر فهیمی فر: در تلویزیون گونه های مختلف برنامه سازی وجود دارد. اگر رسانه ملی متناسب با مقتضیات هر کدام از این ژانرها بتواند مفاهیم مربوط به عفاف و حجاب را به زبان رسانه تبدیل کند، گام مهمی برداشته

است؛ به این ترتیب که در ابتدا بدانند علل گرایش عده ای در جامعه به حجاب چیست؟ این علت ها اگر خوب شمرده شود، دقیق باشد، تحلیل شود و متناسب با شرایط فنی تلویزیون درباره آنها برنامه سازی شود، تأثیر خواهد گذاشت. ما در تلویزیون گونه های موسیقی داریم و از آن غافل هستیم. موسیقی ابزار بسیار مؤثری است. برنامه های گفتارمحور، مستند، مسابقه و دراماتیک داریم که خود گونه های مختلفی دارد؛ از فیلم های سینمایی تا تله فیلم ها و سریال. اگر برداشت دقیقی از مفاهیم عفاف و حجاب و جامعه شناسی درستی از زمینه های اجتماعی این مسائل داشته باشیم، می توانیم به یک چشم انداز از این مسئله در جامعه دست پیدا کنیم و آن را با زبان تلویزیونی ترجمه کنیم. درباره عفاف و حجاب نخست باید تحقیق شود و به یک راهبرد با تاکتیک های مختلف تبدیل و سپس به زبان تلویزیون ترجمه شود. یعنی مفاهیم، با قابلیت های انتقال مفهوم که همان زیباشناسی و تکنیک و مسائل مربوط به هنر است، نسبت پیدا کند. شخصیت بازیگران دختر، ماهیتاً باید محجبه باشد، نه فقط چادر، ولی این اتفاق نمی افتد؛ چون دانش نیست. اگر در حوزه ستاد، به عنوان یک فرهنگ، یک سری مبانی درباره عفاف و حجاب داشته باشیم و این مبانی مشخص شود، جامعه را نیز بشناسیم و سپس آن مبانی را به زبان تلویزیون مطرح کنیم، اندک اندک تأثیر رسانه در این حوزه بیشتر می شود.

سؤال فرعی ـ منظور شما از زبان تلویزیون این است که به صورت غیرمستقیم باشد؟

بله. حتی یک نثر نازیبا اگر با زبان زیبا و با توجه به اصول زیبایی شناختی بیان شود، جذاب است و تأثیر عمیق خواهد داشت.

ص:۱۶۹

هنر باید در حوزه ای دیگر تربیت شود. در این زمینه، شعر، موسیقی و تصویر باید به کار گرفته شود.

ـ دکتر نیره قوی: از مهم ترین راهبردها این است که بخش نظارتی را قوی کنیم. فیلم ها، به دو گونه در تلویزیون نمایش داده می شود:

۱. فیلمی که اصلی بوده و بدون سانسور به نمایش گذاشته می شود؛

۲. فیلمی که سانسور شده است و سپس در تلویزیون پخش می شود.

باید به شکل فرایندی یا به شکل طولی، در مدت زمان تولید اثر، نظارت باشد؛ نه صرفاً بعد از تولید که مجبور به سانسور بعد از تولید باشیم. منظور از نظارت طولی، این است که پیش از اینکه فیلم نامه در اختیار کارگردان قرار بگیرد، در اختیار تولیدکننده قرار بگیرد و نگذاریم نظارتمان پس از تولید باشد. هم از نظر هزینه و فرصت و هم از لحاظ شرعی، اشکال دارد فیلمی پس از این همه هزینه، ـ چه هزینه اولیه و چه هزینه ای که نظارت کننده می گیرد ـ سانسور شود یا فیلم را حذف کنند و در نهایت پخش نشود. پس باید نظارتمان را طولی یا فرایندی کنیم. از زمان تصمیم گیری برای تولید یک برنامه تا زمانی که پخش می شود، باید نظارت باشد. بنابراین، نظارت طولی می تواند از راهبردهای کلان ما باشد.

موضوع دیگری که جزو راهبردهای خرد است، این است که در فرایند انتخاب بازیگر برای ایفای نقش، موضوع رعایت عفاف و حجاب برای کارگردان و نویسنده، موضوعیت داشته باشد و یک شاخص باشد. حتی چگونگی حضور یک هنرمند در خارج از محیط فیلم و در زندگی خودش، موضوعیت داشته باشد و در انتخاب او مؤثر باشد، نه صرف نقش او.

ص:۱۷۰

راهبردهای دیگر، اطلاع رسانی، شفاف سازی و تبیین درست مفهوم و ضوابط و معیارها و میزان عفاف و حجاب برای همه کارگزاران اصحاب رسانه ملی است که در مرحله تولید و پخش، ملزم به رعایت آن باشند.

یک راهبرد دیگر، لزوم التزام عملی است، نه فقط در کلام که به لحاظ نظری قبول کنیم این قوانین باید رعایت شود. همه اینها بستگی دارد به اینکه خود مسئولان به عنوان کارگزاران و اصحاب رسانه ملی، به ویژه مسئولان و متولیان درجه یک و لایه های دوم و سوم، معتقد باشند و باور داشته باشند که باید در این دانشگاه عمومی که می تواند مرکز ثقل تربیت اقشار مختلف جامعه قرار گیرد، عفاف و حجاب، به ویژه عفاف نهادینه شود.

رسانه ملی می تواند نقش بسیار مؤثر و الهام بخشی در حفظ و حراست از فرهنگ اصیل دینی و فرهنگ ما کهن داشته باشد. این امر، اهمیت و ارزش جایگاه رسانه ملی را نشان می دهد. هم فرهنگ ما کهن و اصیل است و هم دین ما غنی است. ازاین رو، فرهنگ ما با بسیاری از کشورها قابل مقایسه نیست و در هر دوی این فرهنگ ها عفاف و حجاب، موضوعیت دارد. بر این مبنا و با توجه به تهاجمی که امروزه با آن روبه روییم، رسانه ملی نقش مهم و اساسی در حفظ و حراست از ارزش های کهن ملی دارد و می تواند تجلی بخش آرمان های جمهوری اسلامی با نگاه واقع بینانه باشد و سبک زندگی و الگوی ایرانی و اسلامی را نه تنها در ایران، بلکه در امت اسلامی تحقق بخشد.

ـ دکتر محمد علی هرمزی زاده: اصولاً ـ برنامه ریزی های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی باید بلندمدت باشد و در چارچوب آن، یک برنامه ریزی میان مدت و یک برنامه ریزی کوتاه مدت، داشته باشیم که آن برنامه ریزی

کوتاه مدت، ما را به سمت برنامه های میان مدت و آن برنامه میان مدت، ما را به سمت برنامه های بلندمدت ببرد. رسانه ملی باید یک برنامه بیست ساله برای خود تعریف کند و در آن برنامه بلندمدت، اهداف بسیار متعالی برای خود در نظر بگیرد. همچنین، به یک برنامه میان مدت چهار یا پنج ساله نیاز دارد تا ببیند چگونه به طرف آن اهداف عالی حرکت کند و در چارچوب آن برنامه چهار یا پنج ساله به یک برنامه یک ساله نیز نیاز دارد؛ برنامه کوتاه مدتی که بگوید در سال جاری باید چه کار کنیم که برنامه ها بهتر از این، مروج عفاف و حجاب باشد.

نتیجه گیری

جملات کلیدی(راهبردهای رسانه ملی در نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب)

حجت الاسلام و المسلمین زیبایی‌نژاد	طراحی و اجرای سیاست‌ها و شاخص‌های رشد حجاب و عفاف. تدوین و تبیین فلسفه اسلامی هنر. تربیت نیروی انسانی متعهد و کارآمد.
دکتر ابراهیم شفیعی سروستانی	گفتمان‌سازی در زمینه فرهنگ عفاف و حجاب تقویت انگیزه‌های درونی مخاطبان ایجاد هم‌گرایی و هم‌افزایی در سازمان‌ها و نهادهای مسئول افزایش احساس مسئولیت اجتماعی در برابر پدیده بدحجابی
دکتر اصغر فهیمی‌فر	رسانه ملی باید بتواند متناسب با مقتضیات هر کدام از ژانرها، مفهوم و مفاهیم مربوط به حجاب و عفاف را به زبان رسانه تبدیل کند..

حجت الاسلام و المسلمین زیبایی نژاد

طراحی و اجرای سیاست ها و شاخص های رشد حجاب و عفاف.

تدوین و تبیین فلسفه اسلامی هنر.

تربیت نیروی انسانی متعهد و کارآمد.

دکتر ابراهیم شفیعی سروستانی

گفتمان سازی در زمینه فرهنگ عفاف و حجاب

تقویت انگیزه های درونی مخاطبان

ایجاد هم گرایی و هم افزایی در سازمان ها و نهادهای مسئول

افزایش احساس مسئولیت اجتماعی در برابر پدیده بدحجابی

دکتر اصغر فهیمی فر

رسانه ملی باید بتواند متناسب با مقتضیات هر کدام از ژانرها، مفهوم و مفاهیم مربوط به حجاب و عفاف را به زبان رسانه تبدیل کند..

دکتر نیره قوی	از مهم ترین راهبردها این است که بخش نظارتی باید تقویت شود. این نظارت باید به شکل مستمر در طول مدت زمان تولید برنامه باشد نه صرفاً بعد از تولید. در فرایند انتخاب بازیگر برای ایفای نقش، باید موضوع رعایت حجاب و عفاف برای کارگردان و تهیه‌کننده موضوعیت داشته و یک شاخص باشد. مفهوم، ضابطه، معیار و میزان رعایت فرهنگ حجاب و عفاف برای کلیه عوامل برنامه‌سازی، اطلاع‌رسانی، شفاف‌سازی و ابلاغ شود تا ملزم به رعایت آن در مراحل تولید و پخش باشند.

دکتر نیره قوی

از مهم ترین راهبردها این است که بخش نظارتی باید تقویت شود. این نظارت باید به شکل مستمر در طول مدت زمان تولید برنامه باشد نه صرفاً بعد از تولید.

در فرایند انتخاب بازیگر برای ایفای نقش، باید موضوع رعایت حجاب و عفاف برای کارگردان و تهیه کننده موضوعیت داشته و یک شاخص باشد.

مفهوم، ضابطه، معیار و میزان رعایت فرهنگ حجاب و عفاف برای کلیه عوامل برنامه سازی، اطلاع رسانی، شفاف سازی و ابلاغ شود تا ملزم به رعایت آن در مراحل تولید و پخش باشند.

ص:۱۷۳

فصل سوم: تجزیه و تحلیل ها

وضعیت فرهنگ حجاب و عفاف در جامعه

اشاره

ص:۱۷۵

با توجه به برآیند دیدگاه های صاحب نظران و مطالعات صورت گرفته، وضعیت حجاب و عفاف در ایران در دو مقیاس کلی ارزیابی می شود:

حجاب و عفاف در مقیاس جهانی

بستر تاریخی رواج برهنگی، بیشتر به دوره شکل گیری رنسانس در اروپا و فراگیر شدن آن در نقاط مختلف، صنعتی شدن اروپا و پیدایش وسایل ارتباطی پیشرفته بازمی گردد. در پی آن، پوشش، حیا، پاکدامنی و در نهایت پارسایی، اندک اندک از جامعه انسانی فاصله گرفت. این تحول، نه تنها سبب جدایی انسان غربی از ارزش های انسانی و معنویات شد، بلکه سبب راهیابی فرهنگ برهنگی، به ویژه از طریق هنر و ادبیات، به فرهنگ ملت های مختلف شد. همچنین با ورود دنیا به فضای پست مدرن و رسانه ای در دهه ۱۹۶۰م و هم زمان، شکل گیری جریان هایی در این برهه، مانند جریان نهضت زنان، جنبش های اجتماعی، انقلاب جنسی و ظهور و رشد جنبش فردگرایی در غرب، تحولاتی بنیادین در فضای فرهنگی و اجتماعی جوامع پدید آورد که فضای فرهنگی و اجتماعی جامعه ما نیز متأثر از این تغییرات بوده است. به بیان دیگر، جامعه مدرن

با توجه به برآیند دیدگاه های صاحب نظران و مطالعات صورت گرفته، وضعیت حجاب و عفاف در ایران در دو مقیاس کلی ارزیابی می شود:

حجاب و عفاف در مقیاس جهانی

بستر تاریخی رواج برهنگی، بیشتر به دوره شکل گیری رنسانس در اروپا و فراگیر شدن آن در نقاط مختلف، صنعتی شدن اروپا و پیدایش وسایل ارتباطی پیشرفته بازمی گردد. در پی آن، پوشش، حیا، پاکدامنی و در نهایت پارسایی، اندک اندک از جامعه انسانی فاصله گرفت. این تحول، نه تنها سبب جدایی انسان غربی از ارزش های انسانی و معنویات شد، بلکه سبب راهیابی فرهنگ برهنگی، به ویژه از طریق هنر و ادبیات، به فرهنگ ملت های مختلف شد. همچنین با ورود دنیا به فضای پست مدرن و رسانه ای در دهه ۱۹۶۰م و هم زمان، شکل گیری جریان هایی در این برهه، مانند جریان نهضت زنان، جنبش های اجتماعی، انقلاب جنسی و ظهور و رشد جنبش فردگرایی در غرب، تحولاتی بنیادین در فضای فرهنگی و اجتماعی جوامع پدید آورد که فضای فرهنگی و اجتماعی جامعه ما نیز متأثر از این تغییرات بوده است. به بیان دیگر، جامعه مدرن

ص:۱۷۷

وارد عصر جدیدی شد که یکی از ویژگی مهم آن، ظهور جنبش فردگرایی(۱) بود. فضای فرهنگی و رسانه‌ای کشور ما نیز متأثر از این تحولات بود. مجموعه این مسائل سبب شد، تصور آحاد جامعه ایران درباره رعایت پوشش اسلامی، از بحث «تعهد اجتماعی» خارج شود و با فردی و شخصی انگاشتن آن، دخالت دولت و جامعه را در آن غیرمجاز بدانند. این گونه افراد بر اساس ترجیح خودپنداره ها، گرایش به تک روی و تمکین نکردن از قواعد اجتماعی، به شکل گیری پدیده بدحجابی در ایران دامن می زنند. این تغییر و تحولی است که در مقیاس فراملی، در وضعیت عفاف و حجاب در ایران رخ داده است.(۲)

حجاب و عفاف در مقیاس ملی (ارزیابی کمی و کیفی)

تحولاتی که در عرصه پوشش در کشور ما رخ داده، با توجه به معیارها، ملاک ها و شاخص های موجود، بیان کننده این است که فاصله میان وضع موجود با وضع مطلوب، پیوسته در حال افزایش است. البته تغییر در الگوی پوشش و ظهور پدیده «بدحجابی»، از تغییر در برخی عناصر زیرساختی ذهنی و عینی حکایت دارد. از همین روست که امروزه اگر کسی حد واجب شرعی را در پوشش رعایت نمی کند، نمی توان با اطمینان خاطر قضاوت کرد که در ابعاد دیگر زندگی اش متدین نیست یا ناهنجاری در پوشش به دلیل بی مبالاتی جنسی صورت می گیرد؛ بلکه به دلیل چند وجهی بودن پدیده بدحجابی(۳) که مرکّب از عوامل مختلف فرهنگی،

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: به فصل دوم همین کتاب، صص۴۱-۴۳

۲- [۲] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: فصل دوم همین کتاب، صص۴۴-۴۵

۳- [۳] . برای مطالعه بیشتر درباره زمینه ها و عوامل گسترش بدحجابی در ایران، نک: ابراهیم شفیعی سروستانی، حجاب، مسئولیت ها و اختیارات دولت اسلامی، ج ۲، صص ۱۹۷ _ ۳۵۷.

اجتماعی، تربیتی، آموزشی، اخلاقی، سیاسی و اقتصادی است، این پدیده با انگیزه های متفاوتی صورت می گیرد. بنابراین، گاهی پوشش بیشتر، جنبه هویتی دارد تا رویکرد جنسی؛ یعنی افراد با نحوه پوشش خود می خواهند پُز اجتماعی دهند. به بیان دیگر، می توان ادعا کرد که وضعیت پوشش در جامعه امروز ایران، دچار نوعی بی قاعدگی و چهل تکه گی شده است. این چهل تکه گی، در رفتارها و در سبک زندگی مردم، حتی برخی افراد مذهبی رخ داده است. در واقع برخی افراد، همزیستی مسالمت آمیز رفتارهای متناقض در محیط های مختلف را پذیرفته اند. پژوهش های پیمایشی نیز بر اساس شاخص های کمّی و واکاوی لایه های پنهان بعضی از مشکلات جامعه، بیان کننده این واقعیت است.(۱) البته اگر جامعه کنونی را با وضعیت قبل از انقلاب اسلامی یا با جوامع غربی یا حتی با جوامع اسلامی که پیرو فرهنگ غرب هستند، مقایسه کنیم، به یقین، وضع کنونی جامعه ایران بسیار بهتر از آنهاست، ولی با وضعیت آرمانی، انتظارات حداکثری فقه اسلامی و جامعه مطلوبی که اسلام و قرآن کریم ترسیم می کند، بسیار فاصله داریم و وضعیت قابل قبولی مشاهده نمی شود.(۲)

عوامل ایجاد و تشدید پدیده بدحجابی

اشاره

مجموعه عوامل ایجاد و تشدید پدیده بدحجابی را در یک دسته بندی به عوامل خارجی و عوامل داخلی تقسیم می کنیم:

ص:۱۷۹

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: فصل دوم همین کتاب، صص ۴۲-۴۴

۲- [۲] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: فصل دوم همین کتاب، صص۳۹-۴۸

عوامل خارجی (فراملی در مقیاس جهانی)

امروزه، بسیاری از مشکلات ملی به ویژه مشکلات فرهنگی، از عوامل فراملی و روند موسوم به جهانی شدن(۱) و مشخصاً امپریالیسم فرهنگی سرچشمه می گیرد. چه بسا کنترل و مهار این عوامل، در اختیار ملت ها نباشد. مهم ترین این عوامل عبارتند از:

یک ـ ایجاد فضای ارتباطی و ورود گسترده زنان به عرصه اجتماعی

عبور از عصر صنعتی و تغییر موج های زندگی، افزایش میزان مسافرت های بین المللی و گسترش ارتباطات رسانه ای و مجازی با توسعه شبکه های ماهواره ای، نشانه این است که وارد یک فضای ارتباطی شده ایم. یکی از مصداق های آن، فضای ارتباطی در حوزه اقتصادی است. از میزان مشاغل یقه های آبی (مشاغل کارگری) کاسته شده و مشاغل یقه سفید (مشاغل خدماتی و اداری) گسترش پیدا می کند. در حدود ۸۰ تا ۸۵ درصد مشاغل، یقه سفید است که در این مشاغل عنصر ارتباط در جذب مشتری، عامل مهم و کلیدی است. به تعبیر دیگر کسی که جذاب تر و اخلاق ارتباطی بهتری داشته باشد، در جذب مشتری موفق تر است. کارفرما در این فضای ارتباطی، به جذب زنان در بازار کار علاقه بیشتری دارد؛ زیرا هم حقوق کمتری می گیرند، هم مطیع ترند و هم از نظر ارتباطی قوی تر هستند. رهبر معظم انقلاب اسلامی با اشاره به منشأ بروز این امر در موج قبلی؛ یعنی صنعتی شدن جوامع، چنین می فرمایند:

از روزی که اروپایی ها، صنایع جدید را به وجود آوردند، در

امروزه، بسیاری از مشکلات ملی به ویژه مشکلات فرهنگی، از عوامل فراملی و روند موسوم به جهانی شدن(۲) و مشخصاً امپریالیسم فرهنگی سرچشمه می گیرد. چه بسا کنترل و مهار این عوامل، در اختیار ملت ها نباشد. مهم ترین این عوامل عبارتند از:

یک ـ ایجاد فضای ارتباطی و ورود گسترده زنان به عرصه اجتماعی

عبور از عصر صنعتی و تغییر موج های زندگی، افزایش میزان مسافرت های بین المللی و گسترش ارتباطات رسانه ای و مجازی با توسعه شبکه های ماهواره ای، نشانه این است که وارد یک فضای ارتباطی شده ایم. یکی از مصداق های آن، فضای ارتباطی در حوزه اقتصادی است. از میزان مشاغل یقه های آبی (مشاغل کارگری) کاسته شده و مشاغل یقه سفید (مشاغل خدماتی و اداری) گسترش پیدا می کند. در حدود ۸۰ تا ۸۵ درصد مشاغل، یقه سفید است که در این مشاغل عنصر ارتباط در جذب مشتری، عامل مهم و کلیدی است. به تعبیر دیگر کسی که جذاب تر و اخلاق ارتباطی بهتری داشته باشد، در جذب مشتری موفق تر است. کارفرما در این فضای ارتباطی، به جذب زنان در بازار کار علاقه بیشتری دارد؛ زیرا هم حقوق کمتری می گیرند، هم مطیع ترند و هم از نظر ارتباطی قوی تر هستند. رهبر معظم انقلاب اسلامی با اشاره به منشأ بروز این امر در موج قبلی؛ یعنی صنعتی شدن جوامع، چنین می فرمایند:

از روزی که اروپایی ها، صنایع جدید را به وجود آوردند، در

۱- [۱] . Globalization.

۲- [۱] . Globalization.

اوایل قرن نوزدهم که سرمایه داران غربی کارخانه های بزرگ را اختراع کرده بودند و احتیاج به نیروی کار ارزان و بی توقّع و کم دردسر داشتند، زمزمه «آزادی زن» را بلند کردند، برای اینکه زن را از داخل خانواده ها به درون کارخانه ها بکشانند؛ به عنوان یک کارگزار ارزان از او استفاده کنند، جیب های خودشان را پرکنند و زن را از کرامت و منزلت خود بیندازند.(۱)

ازاین رو، ایجاد فضای ارتباطی و توسعه تعاملات اجتماعی در عصر کنونی خواستار این است که زن به عنوان مشارکت اجتماعی وارد جامعه شود. وقتی زنان در جامعه اسلامی به مشارکت در ساختارهای اقتصادی و سیاسی دعوت می شوند، با توصیه های اخلاقی به رعایت ضوابط اسلامی، وضعیت ارتباطی زن و مرد چندان درست نمی شود. توصیه های اخلاقی برای تعدادی از افراد جامعه خوب است، ولی رفتارهای بیشتر مردم متأثر از ساختارهای جامعه، دگرگون می شود؛ زیرا بحث اقتضا، مطرح است. اقتضا یعنی تعاملات اجتماعی که اقتضائاتی را هم همراه خود دارد. وقتی تعامل زن و مرد زیاد شد، در رابطه جنسی و در عرصه عفاف و پوشش نیز تأثیر می گذارد. پس ایجاد فضای ارتباطی و ورود گسترده زنان به عرصه های اجتماعی در ایجاد و تشدید مسئله بدحجابی در جامعه کنونی بی تأثیر نخواهد بود.(۲)

دو _ رشد فردگرایی در جامعه

فردگرایی، اصطلاحی است که در قرن نوزدهم پدید آمد. این اصطلاح به

۱- [۱] . بیانات مقام معظم رهبری در دیدار گروهی از زنان، ۲۵/۹/۱۳۷۱.

۲- [۲] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، صص۵۳-۶۱

شیوه هایی بسیار متفاوت ارزیابی شده است و در یک تقسیم بندی، به فردگرایی مثبت و منفی تقسیم می شود. فردگرایی مثبت معمولاً ـ یکی از مهم ترین شاخص های توسعه یافتگی تلقی می گردد و به خودباوری، خودشکوفایی، اعتماد به نفس و استقلال فردی معطوف است که همگی بار ارزشی مثبت دارند. فردگرایی منفی، به خودمداری، خودشیفتگی، اتکای افراطی به خود، شادکامی فردی و به دست آوردن سود شخصی به قیمت زیان دیدن دیگران معطوف است.(۱) تجلی فردگرایی منفی در فردگرایی خودخواهانه، شادکامی فردی و آزادی عمل داشتن(۲) یافت می شود که برهم زننده نظم و توسعه اجتماعی است.(۳) بنابراین، در جوامعی که فردگرایی به این معنا رشد کرده باشد، امر به معروف و نهی از منکر، برهم زننده نظم و امنیت اجتماعی قلمداد می شود؛ زیرا هم بستگی اجتماعی، یعنی اینکه بپذیریم هیچ کس در کار دیگران مداخله نکند. این نوع از فردگرایی به دلایل متعدد، از قبیل ایجاد اختلال هنجاری و بی نظمی، آسیب زا ترین فردگرایی به شمار می رود.(۴) ازاین رو، ظهور جنبش فردگرایی و توسعه گفتمان فردگرایی، به عنوان یکی از

۱- [۱] . پیتر کیویستو، اندیشه های بنیادی در جامعه شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، ص ۱۱۷.

۲- [۲] . در این کتاب منظور از فردگرایی، به معنای فردگرایی منفی از نوع خودخواهانه و شادکامی فردی و آزادی عمل داشتن است. بنابراین، در هرجای این کتاب که فردگرایی به صورت مطلق به کار رفته است، همین معنا اراده شده است.

۳- [۳] . منصور وثوقی و حسین میرزایی، «فردگرایی، تاملی در ابعاد و شاخص ها»، فصلنامه نامه علوم اجتماعی، ش ۳۴، ۱۳۸۷، ص۱۳۸؛ محمدرضا یگانه جوادی و سید ضیاء هاشمی، «نگاهی جدید به مناقشه فردگرایی در جامعه شناسی»، فصلنامه علوم اجتماعی، ش ۳۳ ، ۱۳۸۷، ص۱۴۶.

۴- [۴] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: فصل دوم همین کتاب، صص۵۴-۶۸

مهم ترین ویژگی های جامعه مدرن،(۱) از عوامل مهم پدیده بدحجابی در ایران به شمار می رود.

سه _ تحول در الگوهای سبک زندگی

جامعه ایران مانند همه جوامع در حال تحول، در دهه های اخیر دچار دگرگونی در جنبه های مختلف اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی شده است. از مهم ترین تحولات معاصر ایران، تغییر در الگوی سبک زندگی است که در عرصه های مختلفی در حال تحول است. یکی از این عرصه ها، تغییر در الگوی پوششی و معاشرتی مردم است. سبک زندگی مردم ایران در تاریخ کهن آنان ریشه دارد. مردم ایران از زمان باستان، خود را به رعایت موازین اخلاقی و حجاب ملزم می دانسته اند. ارزش های موجود در سبک زندگی ایرانی دارای عناصر مهم پیشرفت و توسعه فردی و اجتماعی است. ایجاد پشتوانه روحی برای افراد، افزایش اعتماد به نفس، معنویت، اخلاق، دوری از فساد و ابتذال، صمیمیت و همکاری از جمله ارزش های موجود در سبک زندگی ایرانی هستند که سبب پیشرفت و توسعه پایدار می شوند. اما در طی سال های اخیر، شبکه های ماهواره ای فارسی زبان در یک به هم پیوستگی و جریان هم افزا، حرکتی را برای تغییر سبک زندگی در ایران آغاز کرده اند که هدف اصلی آنها مقابله با ارزش های اسلامی و تخریب فضای فرهنگی خانواده های ایرانی، تبلیغات منفی علیه عفاف و حجاب و ترویج فرهنگ روابط با جنس مخالف است. این شبکه ها، می کوشند برنامه هایی را پخش

۱- [۱] . وبر، ماکس، دین قدرت جامعه، ترجمه: احمد تدین، ص۱۳۶؛ گیدنز، آنتونی، پی آمدهای مدرنیت، ترجمه: محسن ثلاثی، ص۱۴۷؛ امیل دورکیم، درباره تقسیم کار اجتماعی، ترجمه: باقر پرهام، ص۶۷.

کننـد که از طریق زبان و فرهنگ ایرانی، به طور پنهانی و آرام آرام گرایش ها و ذائقه مردم ایران را به سـبک زندگی غربی و امریکـایی نزدیـک کننـد. آنهـا در مسائـل تربیتی این گونه القـا می کننـد که تربیت جهانی، در حال تحول به سـمتی است که تفاوتی میان مسلمان و کافر نیست،(۱) در حالی که در عناصـر تربیت دینی، مرز اسـلام و کفر بسیار مهم است. شیخ صدوق از امام صادق۷ نقل می کند، آن حضرت فرمود:

أوحَی اللهُ عَزَّوَجَلَّ إلی نَبِیٍّ مِن أنبیائِهِ قُل لِلمُومِنِینَ لَایَلبِسُوا لِباسَ أعـدَائِی و لایَطعَمُوا مَطَاعِمَ أعدائِی و لَایَسـلِکُوا مَسَالِکَ أعدَائِی فَیَکُونُوا أعدائِی کَمَا هُم أعدائِی.

خدای عزوجل، به پیامبری از پیامبرانش وحی کرد به مؤمنان بگو پوشـش دشمنانم را نپوشند؛ از خوردنی های ایشان نخورند و راه های آنان را نپیمایند که در این صورت، مانند آنان، دشمنان من خواهند بود.(۲)

پس نبود الگوی دینی سـبک زنـدگی و رواج الگوی سـبک زنـدگی غربی جزو عوامل گرایش به سـمت الگوهای پوششـی و رفتاری نامناسب غیراسلامی است.(۳)

چهار ـ تهاجم فرهنگی در ابعاد جدید

توطئه هـای فرهنگی برنـامه ریزی شـده، پرگستره و متنوع دشـمنان انقلاب اسـلامی، در سال های اخیر، با راه یافتن رسانه های بیگانه به سطح

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، صص۵۵- ۶۰

۲- [۲] . شیخ صدوق، من لایحضره الفقیه، ج۱، ص ۲۵۲.

۳- [۳] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، صص۴۹-۵۴

رسانه ای کشور، با عنوان جنگ نرم و ناتوی فرهنگی، شکل جدیدی به خود گرفته است. هجوم به معارف اسلامی و پیشوایان بزرگ دین، اهانت به قرآن کریم و تحریف آن، اهانت به ارزش های اسلامی، ترویج افکار انحرافی و عرفان های کاذب و اومانیسم، لیبرالیسم، سکولاریزم، مادی گری، شیطان پرستی و بهایی گری، ترویج مواد مخدر و روان گردان، طراحی لباس جلف برای پسران و دختران ایرانی، تضعیف نهاد خانواده و حمله به فرهنگ عفاف و حجاب، همه در راستای تهاجم فرهنگی صورت می گیرد و زمینه بسیار مهمی را برای گسترش انواع ناهنجاری های اخلاقی در بین جوانان فراهم کرده است.(۱)

عوامل داخلی

در یک دسته بندی، عوامل داخلی به جنبه های روان شناختی، فضای فرهنگی خانواده، ضعف های مدیریتی و فرهنگی و اجتماعی، عوامل ساختاری و محیطی و سیاسی تقسیم می شوند. به دیگر سخن، بخشی از عوامل داخلی در سطح فردی، بخشی در فضای فرهنگی خانواده و بخشی نیز در سطح کلان جامعه ظهور و بروز دارد که به زمینه ها و عوامل ساختاری مربوط می شود. در ادامه به بررسی مهم ترین عوامل داخلی که در ایجاد و تشدید وضعیت کنونی فرهنگ عفاف و حجاب مؤثرند، می پردازیم:

یک _ جنبه های روان شناختی

انسان بر اساس نیازهای طبیعی و روانی و گرایش به زیبایی، علاقه مند است که در همه شئون زندگی، این زیبایی دخیل باشد. ازاین رو،

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، صص۶۸-۷۱

پوشش را در کنار دفع گرما و سرما و حفظ شرم و عفت، برای آراستگی و زیبایی خود نیز می خواهد. به طور طبیعی، ارضا نشدن برخی نیازهای درونی انسان، نوسان ها و اختلال های روانی و جسمی به بار میآورد. به همین دلیل، به عقیده جامعه شناسان و روان شناسان، انحراف ها، جرایم و جنایت ها بیشتر ریشه روانی دارند و برخاسته از فرافکنی برخی عقده های روانی و به هم خوردن تعادل روحی و سلامت جسمی است. اهتمام این گونه افراد به رفتارها و جلوه نمایی های نامتعارف، مانند تنوع در لباس و آرایش کردن و میل آنها به خودآرایی و عشوه گری در جمع، به دلیل احساس نیاز روحی به جلب توجه و نگاه و تحسین دیگران یا نوسان ها یا اختلال های شخصیتی، ضعف در عزتمندی، کرامت نفسانی، مدیریت عواطف و رفتارها، احساس گرایی و ضعف خردورزی است. این خودآرایی و خودنمایی، گاه به حدی از افراط می رسد که شخص از هویت خود دور و چه بسا دچار بحران هویت می شود؛ چنان که به تعبیر گیدنز در جوامع جدید، گاهی فرد احساس می کند رفتارها، آرایش تصنعی و نمایشی و مغایر با خود واقعی است. فرد در این حالت، دچار بحران هویت می شود و درمی یابد که بیشتر امور روزمره را نه به دلایل معتبر و ارزشمند، بلکه فقط بنا به مصلحت یا وظیفه انجام داده است؛ وضعیتی که به هویت کاذب می انجامد و فرد را دچار اضطراب و بحران هویت می سازد.(۱) این وضعیت؛ یعنی ظاهرگرایی و اصالت دادن به صورتک های ظاهری و تن نمایانه و برجسته شدن جنبه های آرایشی لباس به جای جنبه های

۱- [۱] . آنتونی گیدنز، تجدد و تشخص جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه: ناصر موفقیان، ص۱۵۶.

پوششی آن، با افزایش سن ازدواج و تمایل برخی دختران برای همسریابی، تشدید می شود.(۱)

دو _ فضای فرهنگی خانواده

خانواده، به عنوان اولین نهادی که فرد در آن قرار می گیرد، تأثیر بسزایی در رعایت الگوی پوششی و رفتاری فرزندان، به عنوان هنجار اجتماعی دارد، ولی امروزه فضای فرهنگی خانواده، دچار ضعف هایی است که کارکردش را در کنترل و اصلاح اخلاقی و رفتاری فرزندان، با چالش روبه رو می سازد. رشد فردگرایی در مناسبات خانوادگی، حاکم نبودن فرهنگ دینی و معنوی در خانواده، رواج تجمل طلبی و مدگرایی در خانواده، نبود الگوی مناسب شخصیتی برای همانندسازی جوان در محیط خانواده، نابسامانی موقعیت زنان و کم رنگ شدن نقش مادری در تربیت، وجود شکاف های میان نسلی و ضعف خانواده ها در تربیت نسل جدید و بدتر از آن، حضور گسترده رسانه های رقیب فراملی (ماهواره و اینترنت) در خانواده، سبب گسترش الگوهای پوششی و رفتاری نابهنجار شده است.

رشد فردگرایی در جامعه ایران، ساختار خانواده را به شدت تحت تأثیر قرار داده است. با رشد گفتمان فردگرایی، نوع و سبک زندگی اعضای خانواده به گونه ای تغییر یافته که در قبال هم، احساس مسئولیت نمی کنند و فرزندان، خانواده را نه عنصر هدایتی و نظارتی، بلکه فقط عنصر حمایتی می دانند. از دیگر سو، امروزه والدین احساس می کنند با عوامل بیرونی، محدود شده اند. نهادهای آموزشی(مدارس و دانشگاه ها)، فرهنگی،

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر نک: فصل دوم همین کتاب، صص۴۹ – ۵۱ و ۶۱-۶۵

اجتماعی و رسانه های جمعی، با آنان هماهنگ نیستند و از آنان حمایت نمی کنند. ازاین رو، وظیفه تربیت اخلاقی فرزندان را به دیگر نهادها واگذار کرده اند. به همین دلیل، مهارت آموز ی های فرزندان، به منظور جامعه پذیر شدن آنها به درستی انجام نمی شود و حساسیت والدین به کنترل و نظارت بر فرزندان و اهتمام به تأمین نیازهای تربیتی و عاطفی ــ روانی آنها کم شده است. بخشی از این تغییرات و تحولات در فضای فرهنگی خانواده ها، در موضوع عفاف و حجاب منعکس شده است.(۱)

سه ــ ضعف های مدیریتی، فرهنگی و اجتماعی

بخشی از پدیده بدحجابی در جامعه اسلامی ایران، در ضعف های مدیریتی، فرهنگی و اجتماعی ریشه دارد. مهم ترین این ضعف ها که موجب ایجاد و تشدید پدیده بدحجابی در سطح جامعه شده، عبارت است از:

ــ نشناختن ریشه ها، اکتفا کردن به کلی گویی ها در بیان راهکارهای اصلاحی؛

ــ مشخص نبودن اهداف و مؤلفه های آن، مانند فرهنگ سازی و برخورد ساده انگارانه با سیاست های فرهنگی نهادینه سازی فرهنگ حجاب؛

ــ ضعف برنامه ریزی و سیاست گذاری عملی در ساختارسازی برای عفاف و حجاب؛

ــ توسعه شهرها و افزایش مشکلات زندگی در آن (فشردگی جمعیت و تراکم اخلاقی، تشدید فردگرایی، آزادی نسبی و کنترل ناپذیری محیط، تنوع و تکثر الگوها و سبک های زیستی، کاهش وجدان جمعی،

۱- [۱] . در این زمینه، نک: فصل دوم همین کتاب، صص ۶۱-۶۶

ضعف جنبه هـای نظـارتی بر افکـار عمومی، ارتباطـات گسترده بـا سـایر قلمروهای فرهنگی، جریان یابی مهارناپـذیر موج های فرهنگی متداخل)؛

ـ ناکارآمدی دستگاه های فرهنگی، آموزشی و اجتماعی مسئول، در اقناع سازی و باوراندن ارزش ها و الگوهای فرهنگی ـ مذهبی، جامعه پذیری و باز اجتماعی کردن؛

ـ بی ثباتی و تغییر مکرر سیاست ها و رویه ها در زمینه برخورد با پدیده بدحجابی؛

ـ عملکردهای نامتوازن و بی قاعده سازمان های مسئول در سال های اخیر در برخورد با پدیده بدحجابی؛

ـ افزایش حضور در محیط های مختلط (محیط آموزشی، فرهنگی و تفریحی) و در نتیجه کم رنگ شـدن حریم ها و کاهش حساسیت های اخلاقی؛

ـ اجبارهـا و الزامـات قوانین زنـدگی در عصـر کنونی و وقوع برخی تغییرات آرام و خـاموش در سـبک هـای زیسـتی مردم و بازتاب آن در موضوع پوشش و حجاب؛

ـ بی توجهی به نیازهـای روان شناسـی و اجتمـاعی نوجوانـان و جوانـان و تأکیـد بیش از انـدازه بر چادر به عنوان تنها الگوی پوششی پذیرفته و غفلت از الگوهای جایگزین متناسب با ذائقه های مختلف و گونه های شـغلی متفاوت، مکان های حضور با اقتضائات متفاوت، گروه های سنی مختلف و اقلیم های فرهنگی متعدد؛

ضعف آگـاهی و حساسـیت بیشتر مـدیران دربـاره توسـعه فرهنـگ عفـاف و حجـاب و غفلت از حـاکمیت ارزش های دینی و اخلاقی در مجموعه های تحت مسئولیت ایشان؛

ص:۱۸۹

ــ صرف کردن تمام هزینه ها برای رعایت ظواهر حجاب و غفلت از عفت ورزی؛

ــ تمسک به شیوه ها و روش های تأدیبی و تحمیلی به جای تربیت دینی، در جامعه پذیر کردن قشر نوجوان و جوان.(۱)

چهار ــ پیوند زدن حجاب به مسائل سیاسی جامعه

چادر، پوشش سنتی ایرانی ــ اسلامی است؛ نه به حکومتی خاص، اختصاص دارد و نه به قشر و طبقه ای خاص از مردم، بلکه جزو فرهنگ ملی کشور ایران است. پیوند زدن حجاب و چادر به یک فکر سیاسی خاص، تبدیل شدن به نماد زن سیاسی مسلمان انقلابی، امتیازدهی ساختارهای سیاسی کشور به مردم در برابر بدحجابی به منظور برطرف کردن نارضایتی ها، چانه زنی کاندیداهای ریاست جمهوری در مورد حدود و مصداق های حجاب، اعتراض مدنی و بروز نارضایتی و مخالفت با نظام سیاسی جامعه در قالب شکل های ظاهری و بدپوشی، موجب تشدید نابسامانی در عفاف و حجاب در سطح جامعه ایران شده است.(۲)

راهکارها و بایسته های بهبود وضعیت فرهنگ عفاف و حجاب

شناخت جنبه های پدیده بدحجابی

نخستین اقدام برای اصلاح وضعیت موجود، شناخت دقیق ابعاد گوناگون پدیده بدحجابی است؛ زیرا چنان که گفته شد، پدیده بدحجابی در ایران، پدیده ای چندوجهی و برخاسته از عوامل گوناگون فرهنگی، اجتماعی،

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: فصل دوم همین کتاب، صص ۵۰-۷۱

۲- [۲] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: فصل دوم همین کتاب، صص۷۶-۸۲

تربیتی، آموزشی، اقتصادی و سیاسی است.(۱) بنابراین، نهادها و سازمان های متعددی به صورت مستقیم و غیرمستقیم، در نهادینه سازی آن نقش دارند. تا زمانی که این موضوع به صورت جامع واکاوی نشود، نمی توان به اصلاح وضعیت موجود امیدوار بود؛ زیرا هنوز هم بسیاری از شخصیت ها، نهادها و سازمان های برنامه ریز و مسئول، با اکتفا کردن به کلی گویی ها در نشان دادن راهکارهای اصلاحی و به دلیل مشخص نبودن اهداف و مؤلفه های فرهنگ سازی، با سیاست های فرهنگی نهادینه سازی فرهنگ حجاب، ساده انگارانه برخورد می کنند. این برداشت ها و تفسیرهای ناقص از پدیده بدحجابی و نداشتن شناختی جامع از این پدیده، سبب شده است اقدامات عملی نیز ناکارآمد و ناموفق باشند. بنابراین، نخستین گام برای اصلاح وضعیت کنونی، شناخت این وضعیت و علل و عوامل مؤثر در شکل گیری آن است.(۲)

تدوین راهبرد و برنامه ریزی کلان فرهنگی

انجام اصلاحات فرهنگی و ایجاد تغییرات اجتماعی، کاری طولانی مدت و نیازمند سیاست گذاری، برنامه ریزی و مدیریت اجرایی هماهنگ است. یکی از پیش نیازهای اصلاح وضع موجود بعد از شناخت دقیق همه جنبه های وجوه پدیده بدحجابی، تدوین راهبرد و برنامه ریزی کلان فرهنگی است که بخشی از این برنامه و راهبرد کلان، توجه کافی به

ص:۱۹۱

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر درباره «زمینه ها و عوامل گسترش بدحجابی در ایران»، نک: ابراهیم شفیعی سروستانی، حجاب، مسئولیت ها و اختیارات دولت اسلامی، ج۲، صص۱۹۷ _ ۳۵۷.

۲- [۲] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: فصل دوم همین کتاب، صص گفت وگوی صص۷۶-۸۹

نهـادینه سـازی فرهنگ حجاب و عفاف است. به دیگر سـخن، بایـد راهبرد نظام در حوزه فرهنگ و دیگر حوزه ها و از جمله، ترویـج عفـاف و حجـاب، کارآمـدسازی خـانواده هـا و دسـتگاه های فرهنگی، آموزشـی و تبلیغی و رسانه ها و ایجاد ثبات در اجرای قوانین و برنامه ریزی ها کاملاً مشخص شود.(۱)

فرهنگ سازی عفاف بر مبنای اختیار

در سال های اخیر با گسترش پدیـده بدحجابی در جامعه، تصور برخی بر این بود که اگر ظاهر حجاب (پوشـش فیزیکی) را به صورت قهری و اجبـار، اِعمـال کنیم، مشـکل حـل می شود. بنـابراین، تنها راه حل اصـلاح وضع موجود را توسـعه فعالیت های انتظـامی و قضـایی برای مقـابله بـا این ناهنجـاری اجتمـاعی می دانسـتند؛ غافـل از اینکه کشف تحمیلی حجاب، به همان میزان خطرنـاک است که ترویـج تحمیلی حجـاب. فرهنـگ و تفکر دینی و اخلاق نبایـد تحمیلی باشـد؛ بلکه در این زمینه بایـد واقع بینانه، نه شـعاری، فرهنگ سازی شود؛ یعنی اقداماتی انجام شود که افراد اقناع شوند که رعایت حجاب سود شخصی دارد و به ارزش حجاب پی ببرنـد. در این صورت، دیگر خودشان به هیـچ قیمتی حاضـر نیسـتند گوهر حجاب را از دست بدهنـد و لازم نیست از روش های اجباری استفاده شود.(۲) اگر فرهنگ عفاف به دغـدغه عمومی مردم تبدیل شود نه یک فرهنگ تحمیلی، خود به خود حجاب نیز نهادینه می شود.

ص:۱۹۲

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، صص ۸۰-۸۵

۲- [۲] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، صص۷۸- ۸۱

تمدن سازی بر اساس الگوی دینی سبک زندگی

چنان که در بحث عوامل ایجاد و تشدید پدیده بدحجابی گفته شد، یکی از عوامل مهم در ایجاد وضعیت کنونی، گسترش الگوهای سبک زندگی غربی در سطح جامعه است. به دیگر سخن، اگر الگوی دینی سبک زندگی، در جامعه وجود نداشته باشد که بتوان زندگی دینی خود را از گزند بیگانگان حفظ کرد، نمی توان چندان امیدوار بود که در عرصه‌های خاص مثل روابط زن و مرد نیز انقلابی رخ بدهد؛ یعنی اگر در موضوع حجاب و عفاف همه دستگاه های کشوری دست به دست یکدیگر بدهند، اتفاق اساسی نمی افتد؛ چرا که کل مناسبات زندگی، مثل جریان رودخانه است که به سمت دیگر می رود و به تنهایی نمی توان برخلاف جریان این رودخانه حرکت کرد. بنابراین، اصلاح اساسی باید در کل مناسبات سبک زندگی صورت گیرد و کل ساختارها و سبک زندگی به گونه‌ای تغییر کند که بستر رشد فضایل اخلاقی و عفت فراهم شود.(۱)

تأکید بر ارزش های خانوادگی

یکی از مؤلفه های عقلانیت دینی، خانواده گرایی است. ریشه بسیاری از مشکلات و انحرافات جنسی نیز جدایی افراد از خانواده است. افراد جداافتاده از خانواده، اغلب، به انحراف و فساد روی می آورند. برای ایجاد تحولی مثبت در زمینه حجاب و عفاف، باید به جای شبکه معنایی فردگرا، شبکه معنایی خانواده گرا را گسترش دهیم؛ زیرا ارزش ها و پیوندهای خانوادگی و عفت، در ذیل گفتمان خانواده گرایی تولید می شوند. همچنین تربیت جنسی باید در گفتمان خانواده، تقویت و اقتدار

چنان که در بحث عوامل ایجاد و تشدید پدیده بدحجابی گفته شد، یکی از عوامل مهم در ایجاد وضعیت کنونی، گسترش الگوهای سبک زندگی غربی در سطح جامعه است. به دیگر سخن، اگر الگوی دینی سبک زندگی، در جامعه وجود نداشته باشد که بتوان زندگی دینی خود را از گزند بیگانگان حفظ کرد، نمی توان چندان امیدوار بود که در عرصه‌های خاص مثل روابط زن و مرد نیز انقلابی رخ بدهد؛ یعنی اگر در موضوع حجاب و عفاف همه دستگاه های کشوری دست به دست یکدیگر بدهند، اتفاق اساسی نمی افتد؛ چرا که کل مناسبات زندگی، مثل جریان رودخانه است که به سمت دیگر می رود و به تنهایی نمی توان برخلاف جریان این رودخانه حرکت کرد. بنابراین، اصلاح اساسی باید در کل مناسبات سبک زندگی صورت گیرد و کل ساختارها و سبک زندگی به گونه‌ای تغییر کند که بستر رشد فضایل اخلاقی و عفت فراهم شود.(۲)

تأکید بر ارزش های خانوادگی

یکی از مؤلفه های عقلانیت دینی، خانواده گرایی است. ریشه بسیاری از مشکلات و انحرافات جنسی نیز جدایی افراد از خانواده است. افراد جداافتاده از خانواده، اغلب، به انحراف و فساد روی می آورند. برای ایجاد تحولی مثبت در زمینه حجاب و عفاف، باید به جای شبکه معنایی فردگرا، شبکه معنایی خانواده گرا را گسترش دهیم؛ زیرا ارزش ها و پیوندهای خانوادگی و عفت، در ذیل گفتمان خانواده گرایی تولید می شوند. همچنین تربیت جنسی باید در گفتمان خانواده، تقویت و اقتدار

ص:۱۹۳

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، صص ۸۰-۸۷

۲- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، صص ۸۰-۸۷

خانواده تضمین شود. وظیفه رسانه ملی است که به خانواده اقتدار دهد و آن را تقویت کند. آموزش و پرورش و نظام اقتصادی نیز بایـد این جریان را تقویت کننـد. برای گسترش فرهنگ حجاب و عفاف به عنوان یک ارزش اخلاقی و دینی، باید در زمینه تربیت جنسی، از کودکی و نوجوانی با محوریت خانواده و نیز درباره مدیریت حوزه مباحات، برنامه ریزی کنیم.(۱)

ضابطه مند کردن پوشش با تقویت قانون گرایی

همـان طور که بسـتن کمربنـد ایمنی قـانون است، حجاب نیز قانونی اجتماعی و مصوب مجلس است و همه بایـد آن را رعایت کننـد. بر این اسـاس، لازم است فرهنـگ قانون گرایی و قانون مـداری نیز در جامعه تقویت شود و کسـی بر سـر اجرای قانون، چانه زنی یا اجتهاد به رأی نکنـد و افراد، قانون گرا تربیت شونـد. پرورش انسان های قانون گرا، هم وظیفه خانواده و هم نظام تربیت رسمی و غیررسمی جامعه است.(۲)

بهره گیری از سیاست های جدید تبلیغی و ترویجی

سیاست تبلیغی و ترویجی، هنگامی مؤثر خواهد بود که مخاطب به سود شخصـی رعایت هنجارهای پوششی و رفتاری پی ببرد. از این رو، باید در شیوه های تبلیغی و ترویجی در این زمینه، تجدید نظر کرد؛ به گونه ای که مخاطب امروزی اقناع شود حفظ چارچوب عفاف و حجاب، کاملاً به سود خود اوست. در این زمینه، بر به کارگیری روش های جدید تبلیغی و

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، صص۷۶-۸۰

۲- [۲] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، صص۷۹-۸۱

ترویجی در حوزه توسعه عفاف و حجاب و پرهیز از تبلیغات سطحی با شعارهای کلیشه ای تأکید می شود. باید دانست به چه صورت پیام خداوند متعال را به قلب مخاطب پیوند زد. به عبارت دیگر، در تبلیغ و ترویج باید توجه کرد که مخاطب، چه چیزی را قبول دارد و چه چیزی را نمی پذیرد. فرهنگ ناب حجاب حضرت زهرا۳ باید به صورت جدی، تحقیق، تبلیغ و ترویج شود.(۱) مؤلفه های دینی مانند عفاف و حجاب، باید به اندازه ای جذاب و زیبا و به شکل جدید بیان شود که مخاطب را به باورپذیری برساند.

الگوسازی بر اساس شاخص های قرآنی و روایی

یکی از شیوه های مؤثر در نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب، روش الگویی است. الگوها در ساختار روحی و رفتاری انسان تأثیر بسزایی دارند. استفاده از الگوها و اسوه های معرفی شده در قرآن کریم و روایات، یکی از شیوه های مهم تربیتی است. معرفی و احیای الگوهای اصیل قرآنی و روایی در این زمینه و فراخوانی زن مسلمان به تعقل و دریافتن ارزش ها و آفریدن روح تعبد و تعهد در برابر آنها، نقش مهمی در ترویج فرهنگ حجاب خواهد داشت. در قرآن کریم و روایات، نمونه های بسیاری در این باره بیان شده است که از تأثیر فراوان این روش، در یادگیری و شکل گیری شخصیت انسان ها حکایت دارد؛ مانند الگوسازی از حضرت زهرا۳، حضرت مریم و زن فرعون در ابعاد فردی، عبادی، اخلاقی، معاشرت و ارتباطات اجتماعی. تمسک به شاخص ها و ایده هایی که قرآن کریم و امامان معصوم: به عنوان معیار فرهنگ عفاف و حجاب،

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، صص۸۷-۸۹

معرفی می کنند، بی شک در فرایند نهادینه سازی مؤثر خواهد بود.(۱)

نقش نهادهای مختلف

اشاره

همه اجزا و ارکان جامعه و دستگاه ها و نهادهای مختلف رسمی و غیر رسمی، در اجرای راهکارهای گسترش فرهنگ عفاف و حجاب، مصوب ۱۳۸۴ شورای فرهنگ عمومی شورای عالی انقلاب فرهنگی، مسئولیت دارند. ساختارهای سیاسی، نهادهای اقتصادی و برنامه ریزی های کلان اقتصادی (مانند سیاست های مسکن مهر و فرهنگ آپارتمان سازی و هدفمندی یارانه ها و ...)، نهادهای تربیتی رسمی، صدا و سیما، رسانه های تربیتی غیررسمی، نهادهای فرهنگی، اجتماعی و تبلیغی در نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب نقش اساسی ایفا می کنند. طبق نظرهای کارشناسی، سهم هر یک از این نهادها به ترتیب اولویت از این قرار است:

الف) نهاد تربیتی و آموزشی(خانواده و آموزش و پرورش) دو عضو حیاتی نهادهای یادشده هستند. تأثیر این دو نهاد، عمیق تر و ماندگارتر از دیگر نهادهاست؛ زیرا از یک سو، خانواده رکن اصلی شکل گیری شخصیت فرد و نهادینه سازی ارزش ها و باورها در جامعه است. از دیگر سو، کودکان، نوجوانان و جوانان، روزانه در بیشترین بازه زمانی، با پیام های مستقیم و غیرمستقیم نهادهای آموزشی روبه رو هستند. از این رو، در مدارس باید در سه مقوله کار کرد: رفتارسازی اجتماعی در دانش آموزان از طریق تولید محتوای اسلامی و پرورش افراد منضبط و کارگزاران علمی فعال؛ ضابطه مند کردن الگوهای پوششی و رفتاری با

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، صص۷۶-۷۸

تأکید بر تقویت فرهنگ قانون گرایی؛ تقویت ارزش های خانوادگی در میان دانش آموزان.(۱)

ب) رسانه ملی؛

ج) نهادهای فرهنگی، اجتماعی و تبلیغی مانند وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، حوزه های علمیه، مساجد و سازمان تبلیغات اسلامی و مراکز علمی و پژوهشی؛

د) قوه قضائیه و نیروی انتظامی؛ در این عرصه، توجه به نکات ذیل مهم است:

یک _ باید به قدری تسهیلات فرهنگ سازی و آگاهی بخشی فراهم شود که به گفته قرآن کریم «یَدْخُلُونَ فِی دِینِ اللَّهِ أَفْوَاجاً؛ مردم گروه گروه به سوی دین بیایند» و تعداد کمی که باقی می مانند، سروکارشان با نیروی انتظامی باشد. به تعبیر روایات «و آخر الدواء الکی؛ آخرین روش، تنبیه و مجازات است.»(۲) بنابراین، آخرین حلقه کار، نیروی انتظامی و قوه قضائیه است.

دو _ در اجرا، فقط نیروی انتظامی، مرکز ثقل این مسئولیت قرار نگیرد. بلکه همه مراکز فرهنگی، اجتماعی، قانون گذاری و اجرایی، در فرایند بهبود وضعیت عفاف و حجاب وارد عمل شوند. نیروی انتظامی نیز مانند دیگر ارگان ها وظایفش را آرام و بدون تنش انجام دهد.

سه _ طرح امنیت اخلاقی که نیروی انتظامی اجرا می کند، باید مطابق با خروجی های علمی و پژوهشی باشد و بر اساس نیازها و شرایط جامعه، شیوه های اجرایی مناسب به کار گرفته شود.

چهار _ مراکز انتظامی و قضایی، جز در موارد بسیار اندک، نباید وارد

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، ص۹۳-۱۰۲

۲- [۲] . نهج البلاغه، خطبه ۱۶۸.

عرصه این کار شونـد؛ چراکه اثرگذاری آنها آنی و زودگذر است و به هیچ عنوان فرهنگ سازی به شـمار نمی رود و به تغییر طرز تفکر افراد هم منجر نمی شود.

پنج ــ قاطعیت و مدیریت به معنای خشونت و برخورد کردن نیست. نیروی انتظامی و قوه قضائیه باید قاطعانه برخورد کنند.(۱)

همه نهادهای یادشده، در ایفای نقش و مسئولیت خود باید سه امر مهم را رعایت کنند که به بررسی آنها می پردازیم:

هماهنگی اقدامات و پرهیز از عملکردهای پراکنده و متقاطع

در موضوع عفاف و حجاب، نهادها و سازمان های متعـددی به طور مسـتقیم و غیرمسـتقیم درگیر هسـتند یا با نظر به موقعیت و نقش های اجتماعی آنها، از آنها انتظار مشارکت می رود. حال اگر قرار باشد دسـتگاه ها و ارگان ها با هم کار کنند، آنچه در این زمینه بسـیار اهمیت می یابـد، هماهنگی اقـدامات است. تا زمانی که دسـتگاه ها جـدا از همـدیگر اقـداماتی انجام دهند، به نتایج مطلوبی نخواهند رسـید. سیاست فرهنگی و عملیات فرهنگی، وقتی مؤثر و مفید خواهد بود که دسـتگاه های مختلف هم افزا عمل کنند.(۲) در این زمینه، رسـانه ملی بایـد طی مأموریتی حساب شـده و بر اساس سیاست های کلان کشور، به عنوان واسط اجتماعی، پیگیر هماهنگی اقدامات نهادهای مختلف باشد.

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، صص۹۵-۹۹

۲- [۲] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، صص۹۵-۱۰۱

ایجاد قرارگاه فرهنگی

همه مؤسسات و دستگاه هایی که در نهادینه سازی عفاف و حجاب مشارکت دارند، به یک قرارگاه فرهنگی با نقشه راه مهندسی نیاز دارند که برتری علمی داشته باشد و قائم به شخص خاصی نباشد، تا نزد توده مردم پذیرفته شود. بدیهی است که مشارکت دادن این مجموعه سازمانی عظیم، به دلیل اقتضائات، موقعیت ها و ظرفیت های کارکردی بسیار متفاوت، بدون برنامه ریزی دقیق و کارشناسی شده و هدایتگری ستادی، جز آشفتگی اوضاع و اِعمال سیاست های ناهماهنگ و گاه خنثی کننده نتیجه ای به دنبال نخواهد داشت. دولت موظف است در قالب بسته مدیریتی و تدوین برنامه اجرایی جامع، زمینه مشارکت بهینه این سازمان ها را فراهم سازد و نوع و شیوه مشارکت، ضمانت اجرا، تعیین شاخص های سنجش پذیر برای اندازه گیری میزان و شیوه مشارکت، سیاست های تشویقی و تنبیهی و فرایند نظارت و کنترل بر عملکردها را به صورت مدون، آماده و ابلاغ کند.(۱)

فعالیت غیرمستقیم دولت

اگر کارگزار ارزش ها و فرهنگ، فقط دولت و حکومت باشد، هر مخالفتی با آن، به ارزش های دینی نیز سرایت می کند و در درازمدت، آحاد جامعه با ارزش های سنتی، دینی و اخلاقی مخالف می شوند. به همین دلیل، دولت نباید به صورت مستقیم و با چراغ روشن، آشکارا وارد این عرصه شود، بلکه باید همراه با فعال سازی سازمان های مربوط، زمینه مشارکت هرچه بیشتر خانواده ها، سازمان های مدنی مردم نهاد و عموم مردم را در قالب فریضه امر

همه مؤسسات و دستگاه هایی که در نهادینه سازی عفاف و حجاب مشارکت دارند، به یک قرارگاه فرهنگی با نقشه راه مهندسی نیاز دارند که برتری علمی داشته باشد و قائم به شخص خاصی نباشد، تا نزد توده مردم پذیرفته شود. بدیهی است که مشارکت دادن این مجموعه سازمانی عظیم، به دلیل اقتضائات، موقعیت ها و ظرفیت های کارکردی بسیار متفاوت، بدون برنامه ریزی دقیق و کارشناسی شده و هدایتگری ستادی، جز آشفتگی اوضاع و اِعمال سیاست های ناهماهنگ و گاه خنثی کننده نتیجه ای به دنبال نخواهد داشت. دولت موظف است در قالب بسته مدیریتی و تدوین برنامه اجرایی جامع، زمینه مشارکت بهینه این سازمان ها را فراهم سازد و نوع و شیوه مشارکت، ضمانت اجرا، تعیین شاخص های سنجش پذیر برای اندازه گیری میزان و شیوه مشارکت، سیاست های تشویقی و تنبیهی و فرایند نظارت و کنترل بر عملکردها را به صورت مدون، آماده و ابلاغ کند.(۲)

فعالیت غیرمستقیم دولت

اگر کارگزار ارزش ها و فرهنگ، فقط دولت و حکومت باشد، هر مخالفتی با آن، به ارزش های دینی نیز سرایت می کند و در درازمدت، آحاد جامعه با ارزش های سنتی، دینی و اخلاقی مخالف می شوند. به همین دلیل، دولت نباید به صورت مستقیم و با چراغ روشن، آشکارا وارد این عرصه شود، بلکه باید همراه با فعال سازی سازمان های مربوط، زمینه مشارکت هرچه بیشتر خانواده ها، سازمان های مدنی مردم نهاد و عموم مردم را در قالب فریضه امر

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، صص۹۶و ۹۷

۲- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، صص۹۶و ۹۷

بـه معروف و نهی از منکر، در ایـن امر مهـم فراهم آورد. البته به این معنـا نیست که دولت هیـچ وظیفه ای نـدارد، بلکه الگـوی غالب و برجسـته، باید غیردولتی باشد. همچنین باید تمهیداتی اندیشـیده شود که سازمان های مدنی وngoها مدل جدیدی از بدحجابی را رواج ندهند.(۱)

بررسی عملکرد رسانه ملی

اشاره

رسـانه ملی به دلیـل برخورداری از مقبولیت و اعتبـار فرهنگی و اجتمـاعی نسـبتاً بالاـ اعتمـاد جامعه به جنبه های الگویی آن به عنوان سـخنگوی فرهنگی و مروج ارزش ها و آرمان های نظام اسـلامی، داشـتن مخاطب انبوه و گسترده وسیع، تعدد شبکه ها و تنوع برنـامه هـا در همه عرصه هـای فرهنگی، از جمله فرهنـگ عفـاف و حجـاب، نقش چشم گیری دارد. رسـانه ملی همچون دیگر سازمـان هـای فرهنگی، در موضوع عفـاف و حجـاب تاکنون اقـدام های اساسـی و تلاش های درخور توجهی انجام داده است، برای رسـیدن به وضـعیت مطلوب در زمینه فرهنگ عفاف و حجاب، بایـد عملکرد رسانه ملی را با نگاهی کارشـناسانه و رویکردی منصـفانه بررسـی کرد و با شـناسایی و شـناساندن کاستی ها و نارسایی ها درصدد اصلاح عملکرد آن برآمد. از این رو، بـا توجه به دیـدگاه هـای صـاحب نظران و مطالعات انجام شـده در این زمینه، به برخی برنامه ها برای رسانه ملی اشاره می شود:

برنامه ریزی و راهبرد سیستماتیک در نهادینه سازی

از برنامه های اصـلی و مهم صدا و سـیما در نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب، برنامه ریزی دقیق و هماهنگ در این زمینه است.

ص:۲۰۰

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، صص۹۳-۱۰۱

سیاست گذاری مناسب در جذب و تربیت هنرمندان کارآمد و متعهد

به طور معمول، بیشترین چیزی که در مجریان، هنرمندان و بازیگران فیلم ها مورد توجه مخاطبان قرار می گیرد، نحوه پوشش، عفت ورزی، وقار و متانت و آرمان گرایی معنوی آنهاست. در یک ارزیابی اجمالی می توان گفت روند حجاب و پوشش در رسانه، مثبت بوده است و برخی از بانوان گوینده اخبار و مجریان، بهترین و کامل ترین نوع حجاب و پوشش را دارند. محصولات تلویزیون، گویندگان، مجری ها یا برنامه سازان آشکارا هم از لحاظ عقیدتی و هم از لحاظ رعایت الگوهای پوششی و رفتاری، وضعیت مناسبی دارند.(۱)

جلوگیری از نفوذ مبانی هنر غربی در سیاست های جذب مخاطب رسانه ملی

در این عصر، با گسترش روزافزون فن آوری اطلاعات و ارتباطات که مظهر آن، ماهواره است، تهاجم فرهنگی به مسئله جهانی تبدیل شده و در پی آن، بسیاری از کشورها را به چاره اندیشی واداشته و حتی اندیشمندان و روشن فکران کشورهای غیراسلامی را نیز در برابر زوال تدریجی فرهنگ کشور خود در برخورد با فرهنگ ماهواره ای، به تکاپوی مطالعاتی و پژوهشی واداشته است.(۲) حجم این تهدیدات ماهواره ای، در کشور ما نسبت به دیگر کشورها بالاتر و شدیدتر است؛ زیرا ایران به عنوان کشوری که تجربه انقلابی مردمی را دارد و در طول سه دهه از

به طور معمول، بیشترین چیزی که در مجریان، هنرمندان و بازیگران فیلم ها مورد توجه مخاطبان قرار می گیرد، نحوه پوشش، عفت ورزی، وقار و متانت و آرمان گرایی معنوی آنهاست. در یک ارزیابی اجمالی می توان گفت روند حجاب و پوشش در رسانه، مثبت بوده است و برخی از بانوان گوینده اخبار و مجریان، بهترین و کامل ترین نوع حجاب و پوشش را دارند. محصولات تلویزیون، گویندگان، مجری ها یا برنامه سازان آشکارا هم از لحاظ عقیدتی و هم از لحاظ رعایت الگوهای پوششی و رفتاری، وضعیت مناسبی دارند.(۳)

جلوگیری از نفوذ مبانی هنر غربی در سیاست های جذب مخاطب رسانه ملی

در این عصر، با گسترش روزافزون فن آوری اطلاعات و ارتباطات که مظهر آن، ماهواره است، تهاجم فرهنگی به مسئله جهانی تبدیل شده و در پی آن، بسیاری از کشورها را به چاره اندیشی واداشته و حتی اندیشمندان و روشن فکران کشورهای غیراسلامی را نیز در برابر زوال تدریجی فرهنگ کشور خود در برخورد با فرهنگ ماهواره ای، به تکاپوی مطالعاتی و پژوهشی واداشته است.(۴) حجم این تهدیدات ماهواره ای، در کشور ما نسبت به دیگر کشورها بالاتر و شدیدتر است؛ زیرا ایران به عنوان کشوری که تجربه انقلابی مردمی را دارد و در طول سه دهه از

ص:۲۰۱

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، صص۱۱۳-۱۲۰

۲- [۲] . قاسم کرباسیان، «بررسی دو سیاست جذب مخاطب در تلویزیون»، فصلنامه تخصصی مطالعات جوان و رسانه ۵، ۱۳۹۱، ص ۱۴۶.

۳- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، صص۱۱۳-۱۲۰

۴- [۲] . قاسم کرباسیان، «بررسی دو سیاست جذب مخاطب در تلویزیون»، فصلنامه تخصصی مطالعات جوان و رسانه ۵، ۱۳۹۱، ص ۱۴۶.

حیات خود، بر آرمان های دینی و سیاست های استقلال طلبانه خود پای می فشارد، بدون شک، برای رسانه های بین المللی رقیب، خطرآفرین است. از همین رو، مبارزه نرم با آن در اولویت قرار خواهد داشت. در این میان، یکی از سیاست های رسانه ملی که به منظور مقابله با مصرف بی رویه برنامه های ماهواره و کاهش پی آمدهای ویرانگر در جامعه اسلامی پی گیری می شود، مسئله جذب مخاطبان به رسانه ملی بوده است تا از این رهگذر، بتوانند با کاستن از گرایش مردم به مصرف برنامه های رقیب، از آثار منفی برخی شبکه های ماهواره ای پیش گیری کنند.

انگاره های اسلامی اجازه نمی دهد برای رسیدن به یک «هدف مقدس» از یک «وسیله نامقدس» استفاده شود. بنابراین، نمی توان برای جذب بعضی از مخاطبان سست ایمان که نیازها و مصالح واقعی خود را تشخیص نمی دهند، از شیوه های غلط رسانه های غیراسلامی، مانند جذابیت های جنسی، طنز، خشونت و دلهره به ویژه در فیلم های خانوادگی و اجتماعی استفاده کرد. نقطه قوت هنر اسلامی در جذب مخاطب، استفاده از جاذبه های اخلاقی، عاطفی، معنوی و تربیتی زن است.(۱)

توجه هم زمان به حجاب، حیا و عفاف

فرهنگ حجاب، مانند هر مقوله فرهنگی دیگر، دو جنبه مادی و معنوی دارد. جنبه مادی آن حفظ پوشش است و جنبه معنوی آن، رعایت حیا و عفاف در ارتباط با نامحرم. در آموزه های اسلامی، «حیا و عفاف» از اصولی ترین مباحث اخلاقی جامعه است. اگر حیا و عفت در شخص از

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، ص۱۱۳-۱۲۲

بین برود، ممکن است مرتکب هر نوع انحراف و جنایتی شود. بنابراین، به هر میزان که جامعه ای از حیا و عفاف دور شود، به انحراف گرایش می یابد. نقش های اصلی در برنامه های نمایشی (فیلم ها و سریال ها) و مجری گری، دو جایگاه اصلی برای حضور زنان در برنامه های صدا و سیماست. مجری یا بازیگر زن، حجاب و پوشش اسلامی را در هر دو جایگاه رعایت می کند. برخی از برنامه سازان تصور می کنند، اگر در برنامه ای خانمی با چادر حضور یابد، کارش را به بهترین شکل انجام داده است؛ در حالی که نوع رفتار، شخصیت پردازی، گفت وگو، طراحی لباس، شیوه اجرا و نوع حرکت و پوشش یک خانم است که مخاطب را متقاعد می کند که وی مذهبی است و تأثیر درازمدت بر مخاطب می گذارد.

تصویر سازی از بانوان چادری

در فقه اسلامی، اصطلاحی به نام «معاونت در گناه» وجود دارد که تأکید می کند اگر زنی ببیند نگاه نامحرمی بر او متمرکز شده و نامناسب است، وظیفه شرعی دارد برای جلوگیری از تعرض چشمی، چهره اش را بپوشاند و این رفتار، سود شخصی برای زن دارد. از دیگر سو، چادری بودن، به لوازمی نیاز دارد؛ اولاً ـ نوع پوشش زیر چادر مهم است؛ ثانیاً، نوع گفتار، رفتار، حرکات، معاشرت، متانت و وقار فرد چادری باید با چادر، متناسب باشد. با این توصیف و با توجه به اهمیت چادر به عنوان حجاب برتر، گاهی تصویرسازی که از بانوان چادری در فیلم ها و سریال های تلویزیونی می شود، فاقد فرهنگ تعامل سازنده اجتماعی است. یک خانم چادری باید در موقعیت ناب و حقیقی خودش نشان داده شود و عفت

در شخصیت، بـه گـونه ای طراحی شـود کـه زن و مرد عفت داشـته باشـند. در این صـورت، لبـاس عفیـف و عفیفه به تن آنها برازنده می شود.(۱) از این رو، در برنـامه هـا لازم است شأن و منزلت چادر به عنوان حجاب برتر، رعایت شود و از چادر در نقش های منفی و حقیر اسـتفاده نشود؛ مگر هنگامی که نقش منفی، آشکارا از چادر سوءاستفاده یا استفاده ابزاری کرده باشد. در چنین وضعیتی لازم است در کنار شخصیت منفی، شخصیت مثبت با پوشش چادر نیز وجود داشته باشد. به هر حال چادر به عنوان پوشش برتر، نباید کاربردی منفی داشته باشد.

برجسته سازی تیپ ها

به تصویر کشـیدن اصول صـحیح، نیـاز اساسـی جـامعه است. ترویـج مـدگرایی و تجمـل گرایی، نشان دادن زنان و دختران در خودروی هـای لوکس شخصـی و خـانه هـایی که برای بسـیاری از مردم ــ حـتی برای خود فیلم سـازان ــ یـک رؤیـاست، پی آمدهای زیان باری برجای می گذارد.

کلیشه سازی

گاهی دیده می شود که مخاطب با شخصیت فیلم، حتی ارتباط نیز برقرار نمی کند؛ چه رسد به اینکه او را الگوی رفتاری خود قرار دهد. به این ترتیب، پیام فیلم در ذهن مخاطب به فانتزی و کلیشه تبدیل می شود و گاه اثر معکوس می گذارد.(۲)

ص:۲۰۴

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، ص ۱۲۰

۲- [۲] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، صص۱۱۲-۱۱۷

وظایف و بایسته های سیاست گذاری، تولید و نظارت

اشاره

به طور کلی از رسانه ملی انتظار می رود در قالب یک برنامه ریزی جامع و متناسب با رسالت و مأموریت کارکردی خویش، انتظارات نظام و جامعه اسلامی، شرایط زمان و مکان، و حساسیت موضوع را دقیق و کارشناسانه بررسی کند. در این بخش، به مهم ترین وظایف و بایسته های سیاست گذاری، تولید و نظارت در زمینه گسترش فرهنگ حجاب و مقابله با بدحجابی می پردازیم:

تدوین، اصلاح و اجرای سیاست های رسانه ای

مهم ترین اقدام رسانه ملی در این راستا، طراحی، اصلاح و اجرای سیاست های رسانه ای در زمینه گسترش فرهنگ عفاف و حجاب است که این امر نیز بدون شاخص گذاری بر موضوعات امکان پذیر نیست. به تعبیر دیگر، باید شاخص های توسعه و رشد در محورهای مختلف، مانند شاخص های رشد فرهنگی، رشد عفافی و رشد ارزش های خانوادگی وجود داشته باشد تا رسانه ملی بر اساس آن، ارزیابی و مشخص شود که آیا واقعاً رسانه درست عمل کرده است یا نه؟ همچنین برنامه ریزی ها و سیاست های رسانه بر مبنای این شاخص ها، ترسیم می شود. بر این اساس، برای نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب، سیاست های رسانه در محورهای کلیدی ذیل باید تدوین و اجرا شود:

یک ـ تمدن سازی و سیاست های الگوی سبک زندگی اسلامی ـ ایرانی(از نظر نوع گفتار، نوع معاشرت، نوع پوشش، نشست و برخاست و...؛ یعنی یک ملاک غلبه ای و عینی برای این سبک زندگی قرار دهد و حداقل هایی که باید رعایت شود، مشخص گردد؛

به طور کلی از رسانه ملی انتظار می رود در قالب یک برنامه ریزی جامع و متناسب با رسالت و مأموریت کارکردی خویش، انتظارات نظام و جامعه اسلامی، شرایط زمان و مکان، و حساسیت موضوع را دقیق و کارشناسانه بررسی کند. در این بخش، به مهم ترین وظایف و بایسته های سیاست گذاری، تولید و نظارت در زمینه گسترش فرهنگ حجاب و مقابله با بدحجابی می پردازیم:

تدوین، اصلاح و اجرای سیاست های رسانه ای

مهم ترین اقدام رسانه ملی در این راستا، طراحی، اصلاح و اجرای سیاست های رسانه ای در زمینه گسترش فرهنگ عفاف و حجاب است که این امر نیز بدون شاخص گذاری بر موضوعات امکان پذیر نیست. به تعبیر دیگر، باید شاخص های توسعه و رشد در محورهای مختلف، مانند شاخص های رشد فرهنگی، رشد عفافی و رشد ارزش های خانوادگی وجود داشته باشد تا رسانه ملی بر اساس آن، ارزیابی و مشخص شود که آیا واقعاً رسانه درست عمل کرده است یا نه؟ همچنین برنامه ریزی ها و سیاست های رسانه بر مبنای این شاخص ها، ترسیم می شود. بر این اساس، برای نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب، سیاست های رسانه در محورهای کلیدی ذیل باید تدوین و اجرا شود:

یـک ـ تمـدن سازی و سـیاست های الگوی سـبک زنـدگی اسـلامی ـ ایرانی(از نظر نوع گفتار، نوع معاشـرت، نوع پوشـش، نشـست و برخاست و...؛ یعنی یک ملاک غلبه ای و عینی برای این سـبک زنـدگی قرار دهـد و حـداقل هایی که بایـد رعایت شود، مشخص گردد؛

ص:۲۰۵

دو _ سیاست های جذب مخاطب؛

سه _ سیاست های طنز؛

چهار _ سیاست های موسیقی؛

پنج _ سیاست های تصویرسازی مردان در قالب مجریان، گویندگان اخبار، مهمانان و کارشناسان برنامه های تلویزیونی و فیلم ها و سریال ها؛

شش _ سیاست های تربیت جنسی؛

هفت _ سیاست های هویت جنسی؛ یعنی زن را برای زن شدن پرورش دهد و مرد را برای مرد شدن. در واقع، رسانه ملی باید این مطلب را نهادینه کند که برای مرد، غیرت، و برای زن، حیا مهم است.(۱)

۳اهتمام وافر به اثرگذاری رسانه ملی در سه حوزه شناختی، عاطفی و رفتاری

اشاره

_ حوزه شناختی: ایجاد شناخت و معرفت لازم درباره فرهنگ حجاب؛ برجسته سازی فلسفه حجاب و اهداف منظور شارع از تشریع و تأیید این حکم و تبیین این نکته که الزام به حجاب، مجوز حضور اجتماعی زن است، نه حبس وی در خانه؛ تبیین مکرر مستندات دینی عفاف و حجاب و تشریع احکام و حدود شرعی واجب و مستحب آن و روابط زن و مرد؛ بیان دیدگاه های بزرگان و شخصیت های شاخص فرهنگی در اهمیت حجاب؛ تبیین نسبت عفاف و حجاب با کرامت، فطرت، هویت، شرافت و جایگاه ممتاز زن در عالم هستی.

حوزه عاطفی: در این حوزه، رسانه ملی، در عملکرد و برنامه های

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: فصل دوم همین کتاب،ص۱۲۹

تلویزیون بایـد در مخـاطب، محبت، وابسـتگی و عشق به عفـاف و حجـاب ایجاد کنـد و جنبه های زیباشـناختی حجاب تقویت شود.

حوزه رفتـاری: رسـانه ملی نبایـد به افزایش شـناخت مخـاطب تکیه کنـد، بلکه بازتـاب برنامه های رسانه ملی، بایـد ایجاد رفتار آمیخته با عفاف و حجاب در جامعه باشـد؛ یعنی برنامه رسانه ملی کمک کند که رفتارهای عفیفانه و همراه با عفاف و حجاب در جامعه گسترش یابد.(۱)

بهره گیری از نیروهای فنی و هنری کارآمد و متعهد

نیاز اساسی در سیاست گذاری های رسانه ملی که باید به آن توجه جدی شود، جذب نیروهای فنی و هنری کارآمد متعهد در رسـانه ملی و برنامه داشـتن برای متعهـد مانـدن آنهاست؛ زیرا در عرصه هنر، هنرمنـد است که سوژه، محتوا و پیام فیلم را تعیین می کنـد و حتی ویژگی هـای بازیگران، نوع حجاب و میزان حفظ حیا و عفاف با نظر او، تأکیـد یا تضـعیف می شود. از طرف دیگر، هنرمنـد اسـلامی را نمی توان خریـد و نمی توان به او فکر و انـدیشه ای را القـا کرد؛ زیرا هنرمنـد بـا احساسـش فیلم می سازد. بنابراین، بایـد برای پرورش برنامه ساز و هنرمنـدان متعهـد و انقلابی و کارآمد، تلاش کرد.(۲) اندیشمندان امور دینی و اخلاقی نیز بایـد با رسانه ملی همکاری بیشتری داشـته باشـند. برای این منظور، بایـد سازمان دهی ویژه ای صورت گیرد و افراد مستعد باید جذب شوند.(۳)

ص:۲۰۷

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: فصل دوم همین کتاب، صص۱۰۲-۱۱۰

۲- [۲] . نک: نادر طالب زاده، «زن در سینما چرا و چگونه»؛ نمای آبگینه (۲) مجموعه مقالات همایش زن و سینما، ص ۳۸.

۳- [۳] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: فصل دوم همین کتاب، صص۱۳۶-۱۴۰

گفتمان سازی و جریان سازی هنر اسلامی و هنر ناب شیعی

رسانه ملی، به هنر عمیق دینی، مبتنی بر توحید ناب قرآنی، نیاز اساسی دارد. این هنر، به ویژه هنر ناب شیعی، به استخراج شاخص های اصیل خود نیاز دارد. این کار به تنهایی از عهده رسانه ملی برنمی آید، بلکه باید از افراد اصیل متدین و متخصص حوزه و دانشگاه کمک گرفته شود که در زمینه مفاهیم دینی، با رویکردهای جامعه شناسی، روان شناسی و ارتباطات، مطالعات عمیق دارند. همچنین تلویزیون می تواند با تحلیل های هوشمندانه و مناظرات کارشناسان تخصصی (مخالفان و موافقان)، تولید گفتمان و جریان سازی کند تا رسانه دینی را به حد بالندگی برساند و از عرصه ملی وارد عرصه بین المللی شود. برنامه سازان باید به این حد از باور برسند که با دین نیز می توان هنر تولید کرد. این جوشش از باب تولید، باید از خود رسانه ملی آغاز شود. آیه «یُؤْمِنُونَ بِالْغَیْبِ» جزو اولین آیات هنر دینی است. برای اینکه جوانان به سمت خرافات و عرفان های کاذب کشیده نشوند، رسانه ملی، باید [عرفان و] هنر واقعی را نمایش دهد. آموزه های اسلامی، مضامین والای فراوانی دارد که می توان به شکل ناب به آنها پرداخت.(۱)

به کارگیری سیاست های تشویقی مؤثر در رشد فرهنگ عفاف و حجاب

یکی از شیوه های مؤثر در رشد فرهنگ عفاف و حجاب در سازمان، این است که رعایت و ترویج هنجارهای رفتاری و پوششی، یکی از شاخصهای سنجش برای تشویق و ارتقای کاری عوامل تولید،

رسانه ملی، به هنر عمیق دینی، مبتنی بر توحید ناب قرآنی، نیاز اساسی دارد. این هنر، به ویژه هنر ناب شیعی، به استخراج شاخص های اصیل خود نیاز دارد. این کار به تنهایی از عهده رسانه ملی برنمی آید، بلکه باید از افراد اصیل متدین و متخصص حوزه و دانشگاه کمک گرفته شود که در زمینه مفاهیم دینی، با رویکردهای جامعه شناسی، روان شناسی و ارتباطات، مطالعات عمیق دارند. همچنین تلویزیون می تواند با تحلیل های هوشمندانه و مناظرات کارشناسان تخصصی (مخالفان و موافقان)، تولید گفتمان و جریان سازی کند تا رسانه دینی را به حد بالندگی برساند و از عرصه ملی وارد عرصه بین المللی شود. برنامه سازان باید به این حد از باور برسند که با دین نیز می توان هنر تولید کرد. این جوشش از باب تولید، باید از خود رسانه ملی آغاز شود. آیه «یُؤْمِنُونَ بِالْغَیْبِ» جزو اولین آیات هنر دینی است. برای اینکه جوانان به سمت خرافات و عرفان های کاذب کشیده نشوند، رسانه ملی، باید [عرفان و] هنر واقعی را نمایش دهد. آموزه های اسلامی، مضامین والای فراوانی دارد که می توان به شکل ناب به آنها پرداخت.(۲)

به کارگیری سیاست های تشویقی مؤثر در رشد فرهنگ عفاف و حجاب

یکی از شیوه های مؤثر در رشد فرهنگ عفاف و حجاب در سازمان، این است که رعایت و ترویج هنجارهای رفتاری و پوششی، یکی از شاخصهای سنجش برای تشویق و ارتقای کاری عوامل تولید،

ص:۲۰۸

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: فصل دوم همین کتاب، صص۱۴۱-۱۴۲

۲- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: فصل دوم همین کتاب، صص ۱۴۱-۱۴۲

کارگردانان، تهیه کننده ها و هنرپیشه ها قرار گیرد. اصحاب رسانه ملی باید وضعیت را به سمت و سویی هدایت کنند که مقوله عفاف و حجاب، اهمیت و موضوعیت پیدا کند و یکی از شاخص های سنجش شود.(۱)

تقویت باورهای مردم از طریق فیلم ها و سریال ها به صورت مستدل و منطقی

حجاب، از شعائر اسلامی و ملی است. در فیلم ها و برنامه ها باید آموزه های اسلامی به صورت مستدل و منطقی به مردم منتقل شود و دین اسلام، دین سعادت بخش معرفی گردد که زندگی را مطلوب تر و ارزش مند تر می کند. از این رو، لزومی برای معرفی حجاب نیست، بلکه باید آثار روان شناختی و جامعه شناختی دینداری در زندگی مردم نشان داده شود. به طور کلی، باورهای دینی مانند پلی است که زیر ظرفیت روانی افراد، اهرم می شود. اگر مخاطب درک کند که باورهای دینی در زندگی کارایی و اثر دارد و در سازگاری و بهینه کردن زندگی مؤثر است، اخلاقیات و باورهای دینی در وی نهادینه می شود.(۲) بنابراین، رسانه ملی باید در جهت فرهنگ سازی و جامعه پذیری توده ها با محوریت بینش ها و ارزش های اسلامی، به طور همه جانبه برنامه ریزی کند.

برطرف کردن تناقض های رفتاری

کارگردان ها باید از بازیگرانی برای نقش های مثبت استفاده کنند که به الگوی پوششی و رفتاری که بازی می کنند، اعتقاد داشته باشند؛ چرا که

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، ص ۱۴۰

۲- [۲] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: فصل دوم همین کتاب، ص۱۲۴.

در غیر این صورت، پیام مثبتی به مخاطب منتقل نمی شود و حتی اثر معکوس بر او دارد.(۱)

تقویت بنیه های فکری

یکی از وظایف و سیاست های رسانه ملی، تقویت بنیه های فکری برنامه سازان است که از طریق برنامه های متنوع آموزشی و نقـد فیلم صورت می گیرد. همچنین باید ایده های جدید برنامه سازی را با تفسیر ایده های قرآنی و روایی، برای برنامه سازی استـخراج و سوژه های برنامه سازی را بر اساس روشـهای قرآن و سـنت، با هـدف تولیدات اقلام رسانه ای متناسب با معیارهای اسلامی، عرضه کند.(۲)

زمینه سازی برای گسترش فرهنگ عفاف و حجاب

یکی از وظـایف رسـانه ملی در زمینه تحقق کامـل فرهنـگ عفـاف و حجـاب در جامعه، این است که از نهادها و سازمان های مسئول، برای دادن گزارش به مردم در زمینه اقـدام هـایی که در این راسـتا انجام می دهنـد، پی گیری و مطالبه کنـد. همچنین اقدامات نسنجیده سازمان های مختلف رسمی و غیررسمی را در این زمینه نقد کند و اقدامات مثبت دیگر سازمان ها را در این زمینه، بـا هـدف ارتقـای بینش هـا و حساسـیت هـای جمعی انعکـاس دهـد. از این طریق، جـامعه را در مسـیر برخورد درست و منطقی با متخلفان و ناقضان حدود عفاف و حجاب، هدایت می کند.(۳)

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: فصل دوم همین کتاب، صص ۱۲۵- ۱۳۲.

۲- [۲] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: فصل دوم همین کتاب، صص۱۳۲-۱۴۲

۳- [۳] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: فصل دوم همین کتاب، صص۱۳۵-۱۴۴

نظارت کیفی مناسب بر فرایند تأمین و پخش برنامه ها

رسانه بایـد با اعتقاد و توانمندی، بر اجرای درست تصـمیم ها و آیین نامه ها نظارت کند. برای تحقق این امر، باید کمیته هایی در مراکز مختلف تشـکیل شود و دربـاره شـیوه اجرای دسـتورها و آیین نـامه هـا، به کمیته های نظارت و کنترل رسانه گزارش دهنـد. مـدیران رسانه با سـیاست گذاری و نظارت مناسب، از رعایت کامل این فرهنگ در همه مراحل تولید و پخش برنامه ها مطمئن شونـد. بنـابراین، یکی از مهم ترین اقـدامات رسـانه ملی، تقویت بخش نظـارت کیفی و ایجـاد شورای نظـارت در تمام مراحل ساخت و تولید برنامه هاست.

تقویت فرایند ارزیابی و نظارت برنامه ها

در حـال حاضـر، واحـدهای متعـددی در سازمـان صـدا و سـیما، مسئولیت ارزیابی و نظارت برنامه های رسانه ملی را از مرحله تدوین طرح تا پخش، بر عهده دارند. بی تردید، وجود آنها در رعایت سـیاست ها و ضـوابط مصوب سازمان در تولید، تأمین و پخش برنامه ها، مؤثر بوده است.

برنامه سازی با هدف نهادینه سازی در رسانه ملی

اشاره

برنـامه سـازی بـا هـدف نهـادینه سـازی فرهنگ عفاف و حجاب در رسانه ملی، به مـدیریت کلان رسانه و سـیاست های برنامه سـازی آن، جنبه هـای فنی و اصول برنـامه سـازی و مخـاطب شناسـی رسـانه ملی مربوط است. افزون بر این، موضوعـاتی مانند عفاف و حجاب، به دلیل گستره وسیع و ماهیت روزمرگی آن، استعداد بالایی برای انعکاس های متنوع در

رسانه بایـد با اعتقاد و توانمندی، بر اجرای درست تصـمیم ها و آیین نامه ها نظارت کند. برای تحقق این امر، باید کمیته هایی در مراکز مختلف تشـکیل شود و دربـاره شـیوه اجرای دسـتورها و آیین نـامه هـا، به کمیته های نظارت و کنترل رسانه گزارش دهنـد. مـدیران رسانه با سـیاست گذاری و نظارت مناسب، از رعایت کامل این فرهنگ در همه مراحل تولید و پخش برنامه ها مطمئن شونـد. بنـابراین، یکی از مهم ترین اقـدامات رسـانه ملی، تقویت بخش نظـارت کیفی و ایجـاد شورای نظـارت در تمام مراحل ساخت و تولید برنامه هاست.

تقویت فرایند ارزیابی و نظارت برنامه ها

در حـال حاضـر، واحـدهای متعـددی در سازمـان صـدا و سـیما، مسئولیت ارزیابی و نظارت برنامه های رسانه ملی را از مرحله تدوین طرح تا پخش، بر عهده دارند. بی تردید، وجود آنها در رعایت سـیاست ها و ضـوابط مصوب سازمان در تولید، تأمین و پخش برنامه ها، مؤثر بوده است.

برنامه سازی با هدف نهادینه سازی در رسانه ملی

اشاره

برنامه سازی با هدف نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب در رسانه ملی، به مدیریت کلان رسانه و سیاست های برنامه سازی آن، جنبه های فنی و اصول برنامه سازی و مخاطب شناسی رسانه ملی مربوط است. افزون بر این، موضوعاتی مانند عفاف و حجاب، به دلیل گستره وسیع و ماهیت روزمرگی آن، استعداد بالایی برای انعکاس های متنوع در

ص:۲۱۱

قالب های برنامه ای مختلف، متناسب با انتظارات مخاطبان دارد. از این رو، در این بخش به مهم ترین سیاست های برنامه سازی و موانع برنامه سازی در این زمینه اشاره می کنیم:

سیاست های برنامه سازی

یک _ مخاطب شناسی

از موضوعات بسیار مهم در امر برنامه سازی و تولید، مخاطب شناسی و توجه ویژه به مصرف کننده پیام است. تعریف صحیح نداشتن از مصرف کننده پیام در برنامه های صدا و سیما، از مشکلات عمده برنامه سازان است. مخاطبان از لحاظ هدف و پیگیری رسانه ای، به دو گروه فعال و منفعل (غیرفعال) تقسیم می شوند. هدف مخاطب فعال از پیگیری برنامه ای خاص، این است که بر اساس مصلحت، به نیازها، خواسته ها و تمایلاتش پاسخ دهد و از تماشای آن برنامه تلویزیونی، حتی برنامه های تفریحی و سرگرمی، نه برای پر کردن اوقات فراغت، بلکه برای خودسازی استفاده کند. در مقابل، مخاطب غیرفعال کسی است که تلویزیون او از صبح تا شب روشن است، ولی گاه برنامه ای را می بیند و گاه نمی بیند، از تماشای برنامه ها هدفی خاص را دنبال نمی کند و چون به خودشناسی نرسیده است، نمی تواند نیاز واقعی خود را تشخیص دهد.(۱)

از وظایف صدا و سیما در سیاست گذاری برنامه ای در فرایند نهادینه کردن فرهنگ عفاف و حجاب، این است که با شناخت مخاطب و

۱- [۱] . نک گفت وگو با خانم دکتر شهلا کاظمی پور، «مخاطب شناسی و تولید رادیو و تلویزیونی»، فصلنامه پژوهش های ارتباطی، ش ۲۶، تابستان ۱۳۸۰، صص ۳۹ و ۴۰.

شناخت امیال، خواسته ها و نیازهای او، با در نظر گرفتن مصالح فردی، خانوادگی و اجتماعی، تعادلی بین سه اصل نیاز، خواسته و مصلحت او ایجاد کند. در حقیقت، شاید مخاطبان منفعل، بر اساس امیال و خواستهها، برای مصرف پیام، به سراغ رسانه های رقیب بروند، ولی سازندگان برنامه ها باید هنرمندانه با شناخت نیازهای واقعی و مصالح مخاطب، به تأمین نیازهای او بپردازند.(۱) بنابراین، رسانه ملی برای تدوین نیازها و مصالح واقعی مخاطبان، به شناخت بسیار دقیقی از گونه های مخاطب نیاز دارد. در این راستا دو اقدام اساسی لازم است: ۱. شناخت تیپولوژی یا گونه شناسی مخاطبان؛ ۲. شناخت ساختار جامعه، آن هم نه به صورت مقطعی، بلکه هم از نظر عرضی مثل جنس، سواد و محل جغرافیایی و هم از نظر طولی مثل زمینه های تاریخی، سیستم های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، عقاید و سنت های جامعه.

دو _ توجه به شیوه انتقال و القای پیام، متناسب با میل، مصلحت و نیاز مخاطبان

برنامه سازان برای انتقال و القای پیام، متناسب با شرایط، می توانند از دو روش مستقیم و غیرمستقیم بهره ببرند. برای برنامه سازی در حوزه حجاب نیز باید از همین دو روش استفاده کرد. همچنین متناسب با قشرهای مختلف جامعه باید برنامه های متنوع پیش بینی شود؛ از برنامه هایی که به صورت مستقیم آگاهی بخشی دارند، مثل برنامه های گفت وگومحور، مناظره ای، نشست و سخنرانی تا شیوه های غیرمستقیم. البته بهتر است پیام های مربوط به حجاب، به صورت غیرمستقیم و

ص:۲۱۳

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: فصل دوم همین کتاب، صص ۱۵۰-۱۵۵

تلویحی، در لایه های درونی و درون مایه های داستانی، انیمیشن و سریال ها و دیگر برنامه ها گنجانده شود؛ زیرا پیام مستقیم ممکن است مقاومت اجتماعی را افزایش دهد و نتیجه عکس داشته باشد.

برنامه های صدا و سیما باید به گونه‌ای عفاف و حجاب را نشان دهد که به اصلاح رابطه نامحرم و تقویت تمایل به حجاب، منجر شود و مخاطب احساس کند عفاف و حجاب، نیاز فراموش شده زندگی اوست. البته اجرای برنامه های تخصصی با پیام مستقیم، به ویژه برنامه های گفت وگومحور، در ساعات مناسب و برای مخاطبان خاص نیز مناسب است. به هر حال، برای همه گروه های مخاطب، باید برنامه های متناسب با آن گروه تولید و پخش شود؛ چراکه رسانه ملی فراتر از گروه بندی های سنی، جنسی، تحصیلی و شغلی است. پس در سیاست های برنامه سازی، باید همه جانبه نگری وجود داشته باشد. نکته دیگر، این است که برنامه سازان نباید در پخش برنامه های مربوط به فرهنگ عفاف و حجاب، نگاه تقویمی داشته باشند؛ بلکه باید پیوسته فرهنگ عفاف و حجاب، در قالب ها و به شیوه های مختلف، بر اساس ذائقه و میل مخاطب، در همه برنامه ها جاری و ساری باشد.(۱)

سه ـ توجه به ظرفیت های کارکردی سیمای ملی

برای تلویزیون، نقش ها و کارکردهای متعددی بیان شده است که از هر یک آنها می توان در موضوع عفاف و حجاب بهره برد. مهم ترین این کارکردها عبارتند از: کارکرد آموزشی برای «جامعه پذیری» یا «اجتماعی کردن» توده ها؛ کارکرد اطلاع رسانی؛ کارکرد ایجاد انسجام و هم بستگی؛

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب،صص۱۵۳-۱۵۷

کارکرد تفریح و سرگرمی و کارکرد بسیج کردن و تبلیغ. البته کارکرد بسیج کردن، بیشتر جنبه سیاسی و مذهبی دارد و اغلب، برای برانگیختن توده ها در راستای اهداف مشخص، استفاده می شود. بر این اساس، از رسانه ملی انتظار می رود هریک از این ظرفیت ها را در جهت زمینه سازی، تبلیغ، ترویج، نهادینه سازی، پیرایه زدایی، دفع شبهات و در یک کلام، فرهنگ سازی جامع و متناسب برای امر عفاف و حجاب فعال سازد و همه توان و تلاش خویش را برای افزایش میزان پایبندی عملی همگان، به ویژه بانوان جامعه، به رعایت این مهم ــ از طریق فرایند تدریجی جامعه پذیری، اجتماعی شدن و باز اجتماعی شدن ــ به کار گیرد.(۱)

چهار ــ دلپذیر ساختن حجاب برای کودکان با تولیدات پویانمایی و انیمیشن

از سیاست های مهم رسانه ای برای نهادینه کردن فرهنگ عفاف و حجاب، بهره گیری از تربیت دینی و دلپذیر ساختن حجاب از همان سال های کودکی و نوجوانی است. امام علی۷ در این زمینه به فرزندش می فرماید:

قلب کودک و نوجوان مانند زمین کاشته نشده، آماده پذیرش هر بذری است که در آن پاشیده می شود. ازاین رو، پیش از اینکه دل تو سخت و فکر تو مشغول شود، به تربیت تو مبادرت کردم تا با تمام اندیشه ات به استقبال آینده بروی.(۲)

با توجه به اهمیت و ضرورت تربیت دینی کودکان و نوجوانان،

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: فصل دوم همین کتاب، صص ۱۵۱-۱۵۳

۲- [۲] . نک: نهج البلاغه، نامه ۳۱؛ ابن شعبه حرانی، تحف العقول، ص ۷۰.

برنـامه سـازان متعهـد و دلسوز می تواننـد با تولیـد و پخش انیمیشن و دیگر برنامه های هدفـدار و آموزنـده و جـذاب، فرهنگ حجاب را نه به صورت ظاهر و شعار، بلکه به صورت عمیق و اثرگذار، در میان کودکان ترویج کنند و سپری در مقابل هجوم بی رویه برنـامه هـای جـذاب، امـا ناسـالم و گمراه کننـده رسـانه های رقیب باشـند. همچنین می تواننـد از این راه، میل و ذائقه مخاطب را تغییر دهند و آنها را به تماشای برنامه هایی تشویق کنند که ریشه آموزشی و تربیتی دارند. بزرگسالان به ویژه زنان، باید در عین بازی با کودکان، وقار، سنگینی و متانت خود را حفظ کنند.(۱)

پنج ــ شکل دهی الگوی حجاب، با تبیین دوسویه

از وظایف سازمان صدا و سیما در امر برنامه سازی، این است که جهت گیری های جامعه درباره حجاب را به صورت دوسویه تبیین کنـد و در قـالب فیلم و سـریال و گفت وگوی مخالفـان و موافقـان حجـاب یـا بحث هـای مخالفـان و موافقان شـیوه های اجرایی طرح های مقابله با بدحجابی، الگوی صحیح نهادینه سازی حجاب در جامعه را شکل دهد.(۲)

شش ــ به تصویر کشیدن عفاف و حجاب به عنوان ارزش اجتماعی

از دیگر سـیاست هـای برنامهسـازی این است که حجـاب را یـک ارزش اجتمـاعی معرفی کنـد؛ با نمایش زیبایی های حجاب، معرفی بـانوان محجبه موفق در عرصه هـای مختلف اجتمـاعی، مفهوم سـازی و رفتارسـازی از نمونه هـای نـاب و اصـیل بـانوان چادری در فیلم ها و سریال ها، شخصیت پردازی

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، صص ۱۵۰-۱۵۷

۲- [۲] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: فصل دوم همین کتاب، صص۱۰۲-۱۱۰

از بـازیگران باحجـاب در مجموعه های تلویزیونی مناسب، الگوسازی از تیپ های شخصـیتی معیار، تبیین آثار مطلوب فردی و اجتماعی مترتب بر الگوی پوششی که اسلام سفارش کرده و تبیین آثار زیان بار بدحجابی.(۱)

هفت ــ بهره گیری از گونه های برنامه سازی

هنر با انتقال زیبا و دلنشـین مفاهیم و معانی، می توانـد نقش مؤثری در درونی کردن فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه داشـته باشـد. در یـک نگـاه کلی، برنـامه هایی که رسانه ملی برای نهادینه شـدن فرهنگ عفاف و حجاب در جامعه بایـد از آنها بهره بگیرد، عبارتند از: برنامه های مسـتند؛ ترکیبی؛ گفت وگومحور؛ مسابقه و دراماتیک با رویکرد مسـتقیم و غیرمسـتقیم در قالب برنامه های نمایشی؛ فیلم و سریال (از فیلم های سینمایی تا تله فیلم ها) و نماهنگ ها و میان برنامه ها. اگر رسانه ملی متناسب با مقتضـیات گونه هـای مختلف برنـامه سـازی در تلویزیون، بتوانـد مفـاهیم مربوط به عفـاف و حجاب و آثار و برکات آن را در قـالب های مختلف، تبـدیل به زبان رسانه کنـد، گام مهمی در این راسـتا داشـته است. همچنین رسانه ملی می توانـد متناسب با شرایـط فنی تلویزیـون و در قـالب داسـتان هـای قـوی و متقن در سـریال هـا و فیلم هـای تلویزیونی، پی آمـدهای مثبت فردی و خـانوادگی فرهنـگ عفـاف و حجـاب را به روش غیرمسـتقیم به مخـاطبین القـا و زمینه نهـادینه سازی این فرهنگ را در جامعه تقویت کند.(۲)

ص:۲۱۷

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: فصل دوم همین کتاب، صص۱۲۵-۱۳۹

۲- [۲] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، صـص۱۵۴-۱۵۷؛ ابراهیم شفیعی سروستانی، آیین برنامه سازی درباره حجاب و عفاف، ص ۶۲.

موانع برنامه سازی فراروی رسانه ملی

برخی از موانع اثرگذاری پیام های برنامه های رسانه ملی در زمینه فرهنگ عفاف و حجاب، عبارتند از: مصرف بی رویه اقلام غیرمجاز فرهنگی؛ سیاسی شدن مسئله حجاب؛ نبودن هم گرایی و هم افزایی در برنامه های مختلف؛ بازنمایی گرایش های عوامانه؛ دشوار بودن برنامه سازی در این زمینه؛ حق پذیر نبودن مخاطب. شرح برخی از این موارد، در بحث بررسی عملکرد رسانه ملی بیان شد. در این بخش به بیان دیگر موارد می پردازیم:

یک ــ مصرف بی رویه اقلام غیرمجاز فرهنگی

تا چند سال پیش، تنها رسانه غالب در ایران که پیام هایش بیشترین اثرگذاری را داشت، رسانه ملی بود، اما امروزه مردم به برنامه های رسانه ملی بسنده نمی کنند. رسانه های جدیدی وجود دارند که بخشی از مردم به مصرف بی رویه پیام های آنها می پردازند؛ پیام هایی که در تعارض آشکار با پیام های دینی رسانه ملی است. به ویژه شبکه های مختلف ماهواره ای، موضوعاتی را پخش می کنند که مردم دچار آن هستند، ولی قبح کار را نشان نمی دهند و سطح ذائقه مخاطب را تغییر می دهند. موضوع برنامه های آنها روابط نامشروع زن یا خیانت یک مرد یا شکسته شدن حرمت خانواده است که در قالب های جذاب ارائه می شود. به همین دلیل، مخاطب نه تنها متوجه قبح شکنی آن نمی شود، بلکه به دلیل نوع انتخاب که موضوعی اجتماعی است و نمایش جذاب آن، یک همزادپنداری بین مخاطب و فیلم ایجاد می شود که مانع ترویج عفاف و حجاب و ارزش های اخلاقی در جامعه است.(۱)

برخی از موانع اثرگذاری پیام های برنامه های رسانه ملی در زمینه فرهنگ عفاف و حجاب، عبارتند از: مصرف بی رویه اقلام غیرمجاز فرهنگی؛ سیاسی شدن مسئله حجاب؛ نبودن هم گرایی و هم افزایی در برنامه های مختلف؛ بازنمایی گرایش های عوامانه؛ دشوار بودن برنامه سازی در این زمینه؛ حق پذیر نبودن مخاطب. شرح برخی از این موارد، در بحث بررسی عملکرد رسانه ملی بیان شد. در این بخش به بیان دیگر موارد می پردازیم:

یک ــ مصرف بی رویه اقلام غیرمجاز فرهنگی

تا چند سال پیش، تنها رسانه غالب در ایران که پیام هایش بیشترین اثرگذاری را داشت، رسانه ملی بود، اما امروزه مردم به برنامه های رسانه ملی بسنده نمی کنند. رسانه های جدیدی وجود دارند که بخشی از مردم به مصرف بی رویه پیام های آنها می پردازند؛ پیام هایی که در تعارض آشکار با پیام های دینی رسانه ملی است. به ویژه شبکه های مختلف ماهواره ای، موضوعاتی را پخش می کنند که مردم دچار آن هستند، ولی قبح کار را نشان نمی دهند و سطح ذائقه مخاطب را تغییر می دهند. موضوع برنامه های آنها روابط نامشروع زن یا خیانت یک مرد یا شکسته شدن حرمت خانواده است که در قالب های جذاب ارائه می شود. به همین دلیل، مخاطب نه تنها متوجه قبح شکنی آن نمی شود، بلکه به دلیل نوع انتخاب که موضوعی اجتماعی است و نمایش جذاب آن، یک همزادپنداری بین مخاطب و فیلم ایجاد می شود که مانع ترویج عفاف و حجاب و ارزش های اخلاقی در جامعه است.(۲)

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، صص۱۶۳-۱۶۸

۲- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، صص۱۶۳-۱۶۸

دو ــ ارتباط یا رقابت شبکه های تلویزیونی

یکی از موانع موجود در امر برنامه سازی در این زمینه، فقدان رقیب سازی شبکه های تلویزیونی است. کارگردانان و تهیه کنندگان، برنامه سازان و بازیگران و دیگر عوامل تولید، پخش و نظارت، باید در رقابت کاملاً مذهبی پرورش یابند و صدها آدم باورمند و معتقد به ارزش ها وارد صحنه عمل شوند. این گروه باید از کارهای کوتاه آغاز کنند و امکان بروز و ظهور را در جاهای مختلف فراهم سازند. نمی توانیم انتظار داشته باشیم که رسانه به تعریف امروزی آن و به تنهایی تغییرات اجتماعی را به عهده بگیرد. این کار به دو بازوی مهم دیگر نیز نیاز دارد که یکی پوشش دادن فضای مجازی و دیگری، سامان دادن جنبش های اجتماعی و استفاده از ظرفیت نیروهای مردمی است. چنین رسانه ای با این سه بازو می تواند اثرگذار باشد و جریان های اجتماعی تولید کند. (۱)

سه ــ حفظ اثر برنامه های مناسب

یکی از موانع اثرگذاری رسانه در مقوله عفاف و حجاب، تناقض هایی در عرصه نظر و عمل است. در حالی که آهنگ کلی برنامه ها باید همسان باشد و بین آنها تناقض دیده نشود.

چهار ــ دشوار بودن برنامه سازی در این زمینه

یکی از مشکلات و موانع برنامه سازی در این زمینه، دشواری ها و حساسیت های عمومی مسائل فرهنگی، کمبود صاحب نظران و

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، صص۱۵۸-۱۶۶

تحلیل گران خبره تلویزیونی در این عرصه، دشواری مستندسازی از واقعیت های اجتماعی با توجه به ممیزی های پخش، فقدان پشتوانه محکم برنامه سازان از نظر علمی، کاری و مالی است که موجب شده است بیشتر برنامه سازان در این عرصه وارد نشوند.(۱)

پنج ـ ضعف در برنامه سازی و حق پذیر نبودن مخاطب

یکی از سیاست های درست صدا و سیما این است که بینندگان خود را افزایش دهد؛ البته در این راستا باید تأثیر برنامه بر مخاطب را نیز در نظر بگیرد. بنابراین، یکی از سیاست های سازندگان برنامه ها، باید انتقال و القای زیبا و دلنشین پیام به مخاطب باشد، نه آنکه درصدد باشند همه افراد جامعه را جذب برنامه کنند.(۲)

راهبردهای رسانه ملی

اشاره

در بحث نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب، مانند هر اقدام فرهنگی دیگر، مشخص کردن راهبردها و سیاست های کلان، مهم ترین گام به شمار می رود. از این رو، پس از بررسی وضعیت کنونی عفاف و حجاب در جامعه، آسیب شناسی عملکرد رسانه ملی، شناخت وظایف و بایسته های رسانه ملی در بهبود وضعیت کنونی، تعیین سیاست های برنامه سازی در رسانه ملی و معرفی موانع برنامه سازی در نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب، به بررسی مهم ترین راهبردهای رسانه ملی در این زمینه می پردازیم:

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: فصل دوم همین کتاب، صص۱۶۵-۱۶۶

۲- [۲] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، ص۶۶

تدوین سیاست های راهبردی رسانه بر اساس آموزه های اسلامی

یکی از نخستین پیش نیازها برای اصلاح وضع کنونی فرهنگ عفاف و حجاب، تدوین سیاست های راهبردی سازمان صدا و سیما بر اساس آموزه های اسلامی، به صورت چند مرحله ای و متناسب با اهداف، انتظارات، امکانات و مقدورات رسانه ملی است. در حوزه های مختلف، باید راهبردها کاملاً مشخص شود، از جمله در بحث حجاب، کارآمدسازی خانواده ها، کارآمدسازی دستگاه های فرهنگی، آموزشی و تبلیغی و رسانه ای، ایجاد ثبات در قوانین و برنامه ریزی ها هم در قانون گذاری و هم در اجرا. در این صورت، این راهبردها دستخوش تغییرات و نوسان ها نمی شود و بر اساس آن، سیاست های رسانه مشخص و اجرا می گردد.(۱)

استمرار و تداوم برنامه های نهادینه سازی

حقیقت نهادینه سازی، تغییر درونی ترین لایه های اندیشه و افکار است. در فرایند نهادینه سازی، با تغییر یک فرهنگ، ژرف ترین لایه های اندیشه در برابر آن دگرگون می شود. این امر، حاصل عنصر شناخت و آموزش است. این عنصر در هر زمینه ای نیازمند تکرار و استمرار است و هر گفتار و رفتاری، تنها در صورتی به فرهنگ جاری و پذیرفته شده جامعه تبدیل می شود که با عنصر تکرار و استمرار همراه باشد. نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب نیز از این قاعده جدا نیست. مسئولان صدا و سیما باید به گونه ای برنامه ریزی کنند که آموزه های دینی، در سرتاسر سال و در همه برنامه های رسانه ملی، چون خون در رگ ها جاری شود.

یکی از نخستین پیش نیازها برای اصلاح وضع کنونی فرهنگ عفاف و حجاب، تدوین سیاست های راهبردی سازمان صدا و سیما بر اساس آموزه های اسلامی، به صورت چند مرحله ای و متناسب با اهداف، انتظارات، امکانات و مقدورات رسانه ملی است. در حوزه های مختلف، باید راهبردها کاملاً مشخص شود، از جمله در بحث حجاب، کارآمدسازی خانواده ها، کارآمدسازی دستگاه های فرهنگی، آموزشی و تبلیغی و رسانه ای، ایجاد ثبات در قوانین و برنامه ریزی ها هم در قانون گذاری و هم در اجرا. در این صورت، این راهبردها دستخوش تغییرات و نوسان ها نمی شود و بر اساس آن، سیاست های رسانه مشخص و اجرا می گردد.(۲)

استمرار و تداوم برنامه های نهادینه سازی

حقیقت نهادینه سازی، تغییر درونی ترین لایه های اندیشه و افکار است. در فرایند نهادینه سازی، با تغییر یک فرهنگ، ژرف ترین لایه های اندیشه در برابر آن دگرگون می شود. این امر، حاصل عنصر شناخت و آموزش است. این عنصر در هر زمینه ای نیازمند تکرار و استمرار است و هر گفتار و رفتاری، تنها در صورتی به فرهنگ جاری و پذیرفته شده جامعه تبدیل می شود که با عنصر تکرار و استمرار همراه باشد. نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب نیز از این قاعده جدا نیست. مسئولان صدا و سیما باید به گونه ای برنامه ریزی کنند که آموزه های دینی، در سرتاسر سال و در همه برنامه های رسانه ملی، چون خون در رگ ها جاری شود.

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: فصل دوم همین کتاب، صص۱۶۸-۱۷۷

۲- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: فصل دوم همین کتاب، صص۱۶۸-۱۷۷

رسانه ملی در پرداختن به موضوع عفاف و حجاب باید به این نکته توجه کند و این موضوع را به صورت پیوسته به عنوان زبان دین و نفوذ باورهای دینی، در مجموعههای داستانی و سریال ها در دستور کار خود داشته باشد تا در آینده، شاهد نهادینه شدن کامل فرهنگ حجاب در جامعه باشیم.(۱)

ایجاد هم گرایی و هم افزایی در سازمان ها و نهادهای مسئول

چنان که پیش تر گفته شد، پدیده بدحجابی در ایران، پدیده ای چندوجهی و برخاسته از عوامل گوناگون فرهنگی، اجتماعی، تربیتی، آموزشی، اخلاقی، اقتصادی و سیاسی است.(۲) بنابراین، نهادها و سازمان های متعدد آموزشی، پژوهشی، فرهنگی، انتظامی و قضائی به صورت مستقیم و غیرمستقیم، در نهادینه سازی این فرهنگ، با هماهنگی و برنامه ای مشخص، نقش دارند. در این بین، رسانه ملی به عنوان نماینده افکار عمومی جامعه، باید از سازمان ها و نهادهای مسئول در زمینه اصلاح وضعیت عفاف و حجاب در کشور، گزارش کارشان را در این زمینه، مطالبه کند. از دیگر سو، عملکرد آنها را نقد، بررسی و ارزیابی کند و با بهره گیری از دیدگاه های کارشناسی، راه حل های مناسب برای اصلاح عملکردها ارائه و زمینه را برای هم گرایی و هم افزایی سازمان های مسئول فراهم آورد.(۳)

ص:۲۲۲

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: فصل دوم همین کتاب، صص ۱۷۰-۱۷۵؛ حجاب و عفاف در سیما؛ آسیب ها و راهکارها، ص ۴۷.

۲- [۲] . برای مطالعه بیشتر درباره زمینه ها و عوامل گسترش بدحجابی در ایران، نک: حجاب؛ مسئولیت ها و اختیارات دولت اسلامی، ج۲، صص۱۹۷ _ ۳۵۷.

۳- [۳] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه نک: فصل دوم همین کتاب، ص۱۷۳؛ آیین برنامه سازی درباره فرهنگ عفاف و حجاب، ص ۲۲.

افزایش احساس مسئولیت اجتماعی در برابر گسترش پدیده بدحجابی

یکی از مهم ترین راهبردهای صدا و سیما در نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب، افزایش حساسیت عمومی به پدیده بدحجابی است؛ به گونه ای که با نمایش و تبیین زشتی و فساد آن، انزجار عمومی را در پی داشته باشد. از سوی دیگر، صدا و سیما باید زیبایی و نورانیت عفاف و حجاب را آشکار سازد تا گرایش و اقبال عمومی جامعه به عفاف و حجاب را به دنبال داشته باشد. بی تردید، تا مبارزه با مفاسد اخلاقی به مطالبه عمومی تبدیل نشود، هیچ دولتی نخواهد توانست در کنترل ناهنجاری های اخلاقی موفق عمل کند؛ به ویژه آنکه این ناهنجاری ها گسترده باشد. در وضع کنونی جامعه، احساس می شود که حساسیت عمومی در این زمینه کاهش یافته یا شکل سازماندهی شده و کارآمد به خود نگرفته است. به نظر می رسد افزون بر تغییرات ارزشی که به ویژه از زمان پذیرش الگوی رایج توسعه شاهد آن بوده ایم، مکانیزم هایی مبتنی بر ایده دولت محوری، مردم را از رویارویی مستقیم با ابتذال بازداشته است، در حالی که بر اساس آموزه های اسلامی، در زمینه مشکلاتی که به عفت عمومی و اخلاق جنسی مربوط می شود، سیاست بر حضور مؤثرتر مردم، البته با حفظ موازین بوده است. اهمیت دادن به حضور مردم در چنین صحنه هایی، خود به تقویت حساسیت های عمومی می انجامد. بنابراین، یکی از راهبردهای رسانه ملی، «نهادینه کردن نظارت عمومی» است. نظارت عمومی در اسلام، یکی از اصول مهم و مقدس است. بنابراین، صدا و سیما نه تنها وظیفه دارد خود به این اصل مهم عمل کند، بلکه باید مقدماتی فراهم آورد که این مهم در جامعه نهادینه شود و به صورت سنت و سیره عمومی درآید تا سلامت و سعادت جامعه تضمین گردد.

یکی از مهم ترین راهبردهای صدا و سیما در نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب، افزایش حساسیت عمومی به پدیده بدحجابی است؛ به گونه ای که با نمایش و تبیین زشتی و فساد آن، انزجار عمومی را در پی داشته باشد. از سوی دیگر، صدا و سیما باید زیبایی و نورانیت عفاف و حجاب را آشکار سازد تا گرایش و اقبال عمومی جامعه به عفاف و حجاب را به دنبال داشته باشد. بی تردید، تا مبارزه با مفاسد اخلاقی به مطالبه عمومی تبدیل نشود، هیچ دولتی نخواهد توانست در کنترل ناهنجاری های اخلاقی موفق عمل کند؛ به ویژه آنکه این ناهنجاری ها گسترده باشد. در وضع کنونی جامعه، احساس می شود که حساسیت عمومی در این زمینه کاهش یافته یا شکل سازماندهی شده و کارآمد به خود نگرفته است. به نظر می رسد افزون بر تغییرات ارزشی که به ویژه از زمان پذیرش الگوی رایج توسعه شاهد آن بوده ایم، مکانیزم هایی مبتنی بر ایده دولت محوری، مردم را از رویارویی مستقیم با ابتذال بازداشته است، در حالی که بر اساس آموزه های اسلامی، در زمینه مشکلاتی که به عفت عمومی و اخلاق جنسی مربوط می شود، سیاست بر حضور مؤثرتر مردم، البته با حفظ موازین بوده است. اهمیت دادن به حضور مردم در چنین صحنه هایی، خود به تقویت حساسیت های عمومی می انجامد. بنابراین، یکی از راهبردهای رسانه ملی، «نهادینه کردن نظارت عمومی» است. نظارت عمومی در اسلام، یکی از اصول مهم و مقدس است. بنابراین، صدا و سیما نه تنها وظیفه دارد خود به این اصل مهم عمل کند، بلکه باید مقدماتی فراهم آورد که این مهم در جامعه نهادینه شود و به صورت سنت و سیره عمومی درآید تا سلامت و سعادت جامعه تضمین گردد.

ص:۲۲۳

البته پیش نیاز حضور سامان مند و پرثمر مردم، آن است که نخست، ضرورت فرهنگ عفاف و حجاب و تأثیر آن در حیات فردی، خانوادگی و اجتماعی، برای مردم تبیین، و پی آمدهای بی حجابی به خوبی ترسیم شود. تبیین ضرورت توجه به همگانی بودن فضای اجتماعی و رعایت احترام به جامعه انسانی و مصالح عمومی، تقویت پیوندهای اجتماعی و توجه به ارزش های اخلاقی، از محورهای مهمی است که انگیزه مشارکت عمومی را در پاکیزگی فضای اجتماعی بیشتر می کند. در قدم بعد، لازم است مردم درباره مسئولیت های خود آموزش ببینند تا مشارکت آنان در کنترل اجتماعی، پی آمدهای منفی بر جای نگذارد. برای بالا بردن سطح نظارت عمومی در این زمینه، باید نظام آموزشی رسمی، رسانه های عمومی و نهادهای دولتی و غیردولتی، به طور هماهنگ و با روش های کارآمد، فعال شوند و موانع در این زمینه نیز شناسایی و محدود و نقش سازمان های مردم نهاد، تقویت شود. از این رو، رسانه ملی باید نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب را به دغدغه عمومی مردم تبدیل کند و حساسیت عمومی و موجی فراگیر برای پیگیری تحقق کامل آن به وجود آورد و در مقابل، واکنش منفی و مخالفتش را با همه مظاهر بی حجاب و بدحجاب ابراز کند. به تعبیر دیگر، از رسانه ملی انتظار می رود در فرایند نهادینه سازی عفاف و حجاب، آن را به یک خواست عمومی و توده ای تبدیل و عفاف و حجاب را نه امری شخصی، بلکه به مثابه موضوعی مربوط به فضای عمومی، تحت نظارت دولت و عرف عام معرفی کند.(۱)

۱- [۱] . برای مطالعه بیشتر در این زمینه، نک: فصل دوم همین کتاب، صص۱۷۳-۱۷۷

منابع

ص:۲۲۵

۱. قرآن کریم.

۲. نهج البلاغه، نامه ۳۱.

۳. آسابرگر، آرتور، _روایت در فرهنگ عامه، رسانه و زندگی روزمره_، ترجمه: محمدرضا لیراوی، تهران، سروش، چاپ اول، ۱۳۸۰.

۴. ابن شعبه حرانی، حسن بن علی، _تحف العقول_، قم، جامعه مدرسین، ۱۴۰۴ه. ق.

۵. ابن فارس، احمد، _معجم مقاییس اللغه_، تحقیق: محمد هارون عبدالسلام، تهران، مکتب الاعلام الاسلامی، ۱۴۰۴ه. ق.

۶. ابن منظور، محمد بن مکرم، _لسان العرب_ (جلد ۱)، بیروت، دار صادر، چاپ سوم، ۱۴۱۴ ه .ق.

۷. اکبری، محمدرضا، _تحلیل نو و عملی حجاب در عصر حاضر_، پیام عترت، چاپ چهارم، ۱۳۷۷.

۸. پیشوایی، فریده، رضایی، مریم، _حجاب و عفاف در سیما، آسیب ها و راهکارها_، قم، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، ۱۳۸۶.

۹. جاوید، محمدجواد، _تأملی بر مفهوم حجاب در ادیان الهی_، تهران، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی، چاپ دوم، ۱۳۸۸.

۱۰. حسین، مهدی زاده، _تأثیر پوشش اسلامی در مهار غریزه جنسی_، قم، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، چاپ اول، ۱۳۸۳.

۱۱. خضرنجات، حمید، _مفاهیم جامعه شناسی_، شیراز، ۱۳۶۹.

۱۲. راغب اصفهانی، حسین بن محمد، _مفردات الفاظ قرآن کریم_، قم، مؤسسه اسماعیلیان، بی تا.

ص:۲۲۷

۱. زمخشری، محمود بن عمر، _تفسیر الکشاف_، بیروت، دارالفکر، ۱۳۹۷ ه .ق.

۲. دورکیم، امیل، _درباره تقسیم کار اجتماعی_، ترجمه: باقر پرهام، تهران، نشر مرکز، ۱۳۸۷.

۳. سبحانی، محمدتقی، _مجموعه مقالات_، _رویکرد اخلاقی در رسانه_، قم، مؤسسه فرهنگی طه، ۱۳۷۵.

۴. شفیعی سروستانی، ابراهیم، _آیین برنامه سازی درباره فرهنگ عفاف و حجاب_، قم، مرکز پژوهش های اسلامی صدا وسیما، چاپ اول، ۱۳۹۱.

۵. ______________________________، _حجاب، مسئولیت ها و اختیارات دولت اسلامی_ (جلد ۲)، قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۷.

۶. شیخ صدوق، ابوجعفر محمد بن علی بن الحسین بن بابویه، _من لایحضره الفقیه_، قم، نشر صدوق، چاپ اول، بی تا.

۷. طباطبایی، محمدحسین، _المیزان فی تفسیر القرآن_، بیروت، مؤسسه الاعلمی، ۱۴۱۷ ه .ق.

۸. طبرسی، فضل بن حسن، _مجمع البیان_، تهران، مکتبه العلمیه الاسلامیه، ۱۴۱۵ ه. ق.

۹. طریحی، فخرالدین، _مجمع البحرین_ (جلد ۲)، تهران، کتابفروشی مرتضوی، چاپ سوم، ۱۳۷۵.

۱۰. طوسی، محمد بن حسن، _التبیان فی تفسیر القرآن_ (جلد ۸)، بیروت، داراحیاء التراث العربی، بی تا.

۱۱. فاضل، جواد، _مسالک الافهام الی آیات الاحکام_ (جلد ۳)، تهران، المکتبه المرتضویه، بی تا.

۱۲. فخر رازی، _تفسیر کبیر(مفتاح الغیب)_، قم، نشر دانش اسلامی، بی تا.

۱. فراهانی، فاطمه، _توسعه فرهنگی و رسانه ملی_، تهران، دفتر گسترش تولید علم، چاپ اول، ۱۳۸۹.

۲. فراهیدی، خلیل بن أحمد، _کتاب العین_، قم، نشر هجرت، چاپ دوم، ۱۴۰۹ ه .ق.

۳. فیروزآبادی، مجدالدین محمد بن یعقوب، _القاموس المحیط_، بیروت، مؤسسه الرساله، چاپ پنجم، ۱۹۹۶م.

۴. قرشی، علی اکبر، _قاموس قرآن_ (جلد ۲)، تهران، دارالکتب الاسلامیه، بی تا.

۵. قرطبی، محمد، _تفسیر قرطبی (الجامع لاحکام القرآن)_، بیروت، دارالاحیاء التراث العربی، چاپ دوم، ۱۹۶۷ م.

۶. قنادان، منصور، ناهید مطیع و هدایت الله ستوده، _جامعه شناسی(مفاهیم کلیدی)_، تهران، آوای نور، ۱۳۷۶.

۷. کازنو، ژان، _جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی_، ترجمه: باقر ساروخانی و منوچهر محسنی، تهران، اطلاعات، ۱۳۸۷.

۸. کیویستو، پیتر، _اندیشه های بنیادی در جامعه شناسی_، ترجمه: منوچهر صبوری، تهران، نشر نی، ۱۳۸۶.

۹. گالا_گر، مارگارات، _زن و صنایع فرهنگی مانعی بر سر راه آینده فرهنگ_، ترجمه: مهرداد وحدتی، تهران، مؤسسه پژوهشی نگاه معاصر.

۱۰. _گزارش نظرسنجی تلفنی از مردم تهران درباره نوع نگرش آنان به وضعیت حجاب در جامعه_، تهران، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، چاپ اول، ۱۳۸۹.

۱۱. گلابی، سیاوش، _اصول و مبانی جامعه شناسی_، تهران، میترا، ۱۳۷۶.

۱۲. گونتر، بری و مک آلر جیل، _کودک و تلویزیون_، ترجمه: نصرت فتی، تهران سروش، ۱۳۸۰.

۱. گیبنیز، جان آر و بوریمر، _سیاست پست مدرنیته_، تهران، نشر گام نو، ۱۳۸۱.

۲. گیدنز، آنتونی، _تجدد و تشخص (جامعه و هویت شخصی در عصر جدید)_، ترجمه: ناصر موفقیان، تهران، نی، ۱۳۸۲.

۳. ______________________________، _ پی آمـدهای مـدرنیت_، ترجمـه: محسـن ثلاـثی، تهران، انتشـارات مرکز، ۱۳۷۷.

۴. مجلسی، محمدباقر، _بحارالأنوار_، بیروت، مؤسسه الوفاء، ۱۴۰۳ه .ق.

۵. مصطفوی، حسن، _التحقیق فی کلمات القرآن_ (جلد ۷)، تهران، ترجمه و نشر کتاب، ۱۳۶۰.

۶. مطهری، مرتضی، _مسئله حجاب_، تهران، صدرا، ۱۳۷۶.

۷. معتمـدنژاد، بشـیر، _نظام تولید برنامه های دینی تلویزیون در سازمان صدا و سـیما_، دانشـگاه تهران، پایان نامه کارشناسـی ارشد، ۱۳۸۶ش.

۸. نجم عراقی، منیژه و دیگران، _زن و سـینما؛ سلسـله پژوهش های نظری درباره مسائل زنان_، تهران، روشـنگران و مطالعات زنان، چاپ اول، ۱۳۷۶.

۹. مهریزی، مهدی، _آسیب شناسی حجاب_، تهران، جوانه رشد، ۱۳۸۵.

۱۰. _نگاهی اجمالی به پوشـش چادر در سـریال های تلویزیونی ابتـدای سال ۱۳۸۰ تـا پایان سال ۱۳۸۳_، مرکز پژوهش های اسلامی صدا وسیما، کد۲۹۴، ۹/۸/۱۳۸۴.

۱۱. وبر، ماکس، _دین، قدرت جامعه_، ترجمه: احمد تدین، تهران، قومس، ۱۳۸۳.

مقالات

۱. ابراهیم زاده، حسن، «حجاب و رسانه های جمعی و هویت ما»، _پیام زن_، شماره ۱۸۴.

۱. بیانات رهبر معظم انقلاب در دیدار با جوانان استان خراسان شمالی، ۲۳/۷/۱۳۹۱.

۲. بیانات مقام معظم رهبری در دیدار گروهی از زنان، ۲۵/۹/۱۳۷۱.

۳. پروژه نظرسنجی طرح امنیت اخلاقی (بدحجابی) از دیدگاه شهروندان تهرانی، معاونت اجتماعی ف.ا. تهران بزرگ، اداره برآور اجتماعی، ۱۳۹۰.

۴. پیشوایی، فریده، «راهکارهای قرآنی ترویج عفاف و حجاب و مقایسه آن با عملکرد رسانه ملی»، فصلنامه _تخصصی مطالعات جوان و رسانه ۵_، ۱۳۹۱ شماره ۴.

۵. جوادی، محمدرضا یگانه و سید ضیاء هاشمی، «نگاهی جدید به مناقشه فردگرایی در جامعه شناسی»، فصلنامه _نامه___ ___علوم اجتماعی_ شماره۳۳، ۱۳۸۷.

۶. خلفی، مسلم، «بازنگرشی درون دینی به حجاب»، فصلنامه _مطالعات راهبردی زنان_، ۱۳۸۶، شماره ۳۷.

۷. رستم نژاد، مهدی، «پدیده بدحجابی و ریشه های آن»، فصلنامه _تخصصی طهورا_، سال سوم، بهار۱۳۸۹، شماره ۵.

۸. زونن، ون، «رویکردهای فمینیستی به رسانه ها»، ترجمه: محمدرضا حسن زاده و حسن رئیس زاده، فصلنامه _رسانه_، ۱۳۸۲. شماره ۱.

۹. فتاحی زاده، فتحیه، «حجاب در قرآن و عهدین»، فصلنامه _مطالعات تفسیری_، سال اول، تابستان۱۳۸۹، شماره ۲.

۱۰. فیسک، جان، «فرهنگ و ایدئولوژی»، ترجمه: مژگان برومند، فصلنامه _ارغنون_، تابستان۱۳۸۱، شماره ۲۰.

۱۱. کاظمی پور، شهلا، «مخاطب شناسی و تولید رادیو و تلویزیونی»، فصلنامه _پژوهش های ارتباطی_، ۱۳۸۰، شماره ۲۶.

کرباسیان، قاسم، «بررسی دو سیاست جذب مخاطب در تلویزیون»، _فصلنامه تخصصی مطالعات جوان و رسانه_، ۱۳۹۱، شماره

۱۴. مختاریان پور، مجید و اسدالله گنجعلی، «نهادی سازی عفاف و حجاب در جامعه؛ رویکردی فرایندی»، فصلنامه _تحقیقات فرهنگی_، دوره چهارم، تابستان ۱۳۹۰، شماره ۲.

۱۵. وثوقی، منصور و حسین میرزایی، «فردگرایی، تأملی در ابعاد و شاخص ها»، فصلنامه _نامه علوم اجتماعی_، ۱۳۸۷، شماره ۳۴.

۱۶. یزدخواستی، «حجاب زنان با رویکرد جامعه شناختی»، _کتاب زنان_، ۱۳۸۶، شماره ۳۸.

پایگاه اینترنتی

۱. ۱۳۹۲،Hijab professional weblog.

ص:۲۳۲

پیوست ها وضمائم

اشاره و معرفی گفت وگوشوندگان

۱- حجت الاسلام والمسلمین جناب آقای دکتر مسعود آذربایجانی

ص:۲۳۳

عضو هیئت علمی پژوهشگاه حوزه و دانشگاه

جناب آقای مسعود آذربایجانی، دانش آموخته سطح خارج فقه، اصول، تفسیر و فلسفه از حوزه علمیه قم؛ دکترای روان شناسی و دانشیار روان شناسی پژوهشگاه حوزه و دانشگاه و قائم مقام ریاست پژوهشگاه حوزه و دانشگاه است. حوزه فعالیت های آموزشی و پژوهشی وی، روان شناسی خانواده از دیدگاه اسلام است. ایشان نه کتاب و بیش از شانزده مقاله علمی ــ پژوهشی در این زمینه چاپ کرده و اجرای چندین میزگرد و سخنرانی علمی و تخصصی و طرح پژوهش ملی را بر عهده داشته که «روان شناسی باورهای دینی» از جمله آنهاست. ــروان شناسی اجتماعی با نگرش به منابع اسلامی ــ و ــروان شناسی دین از دیدگاه ویلیام جیمز ــ از جمله آثار ایشان است. دکتر آذربایجانی در سال ۱۳۸۵ رتبه سوم پژوهشگر برتر استان قم و در سال ۱۳۸۸ جایزه کتاب سال حوزه (کتاب ــروان شناسی دین از دیدگاه ویلیام جیمز ــ) را از آن خود کرد.

آقای مسعود آذربایجانی، ضعف نهاد خانواده و نهادهای آموزشی،

۲– حجت الاسلام والمسلمین جناب آقای دکتر مسعود آذربایجانی

عضو هیئت علمی پژوهشگاه حوزه و دانشگاه

جناب آقای مسعود آذربایجانی، دانش آموخته سطح خارج فقه، اصول، تفسیر و فلسفه از حوزه علمیه قم؛ دکترای روان شناسی و دانشیار روان شناسی پژوهشگاه حوزه و دانشگاه و قائم مقام ریاست پژوهشگاه حوزه و دانشگاه است. حوزه فعالیت های آموزشی و پژوهشی وی، روان شناسی خانواده از دیدگاه اسلام است. ایشان نه کتاب و بیش از شانزده مقاله علمی ــ پژوهشی در این زمینه چاپ کرده و اجرای چندین میزگرد و سخنرانی علمی و تخصصی و طرح پژوهش ملی را بر عهده داشته که «روان شناسی باورهای دینی» از جمله آنهاست. ــروان شناسی اجتماعی با نگرش به منابع اسلامی ــ و ــروان شناسی دین از دیدگاه ویلیام جیمز ــ از جمله آثار ایشان است. دکتر آذربایجانی در سال ۱۳۸۵ رتبه سوم پژوهشگر برتر استان قم و در سال ۱۳۸۸ جایزه کتاب سال حوزه (کتاب ــروان شناسی دین از دیدگاه ویلیام جیمز ــ) را از آن خود کرد.

آقای مسعود آذربایجانی، ضعف نهاد خانواده و نهادهای آموزشی،

ص:۲۳۵

اجتماعی، فرهنگی و رسانه ها در آگاهی بخشی و الگودهی و همچنین مسائل سیاسی کشور را از عوامل اصلی گسترش پدیده بدحجابی در اجتماع می داند. به عقیده وی با تحلیل دقیق علمی و کارشناسانه از جنبه های جامعه شناختی، روان شناختی و تربیتی، می توان به اصلاح وضعیت موجود امیدوار بود. همچنین ایشان سهم الگوهای رسانه ای را به مراتب بالاتر از نهادهای دیگر می داند و در این زمینه شش ملاک عمده را برای سیاست گذاری، تولید و نظارت و سیاست های برنامه سازی در رسانه ملی پیشنهاد می کند.

۳- سرکار خانم لعیا اعتماد سعید

پژوهشگر و فعال فرهنگی

خانم لعیا اعتماد سعید، تهیه کننده و مجری برنامه های زن و خانواده شبکه چهار صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران است. وی در حوزه عفاف و حجاب، افزون بر فعالیت های مطبوعاتی در نشریه های مختلف و فضای مجازی، اجرای بیش از صد قسمت برنامه گفت وگومحور را بر عهده داشته است. همچنین دو مستند بلند و چندین مستند کوتاه با موضوع عفاف و حجاب را طراحی و کارگردانی کرده است.

خانم اعتماد سعید نشناختن ریشه های توسعه بدحجابی، مشخص نبودن اهداف و مؤلفه های کار فرهنگی، به کارگیری روش های تأدیبی در حوزه دین به جای تربیت دینی و میل سبک زندگی به سوی زندگی مدرن و غربی را از عوامل ایجاد و تشدید پدیده بدحجابی می داند. وی معتقد است برای اصلاح وضعیت حجاب، نباید فقط به فکر ترمیم ظاهر بود؛ بلکه باید تا عمق موضوع شکافته شود. در غیر این صورت،

ص:۲۳۶

درمان های سطحی بی تأثیر خواهد بود. بنابراین، وی بازوی اصلی نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب را رسانه ملی معرفی کرده و معتقد است این رسانه باید در سیاست گذاری ها و تولید، با توجه به مخاطب شناسی، تمام انرژی اش را در ساخت برنامه های تبلیغی غیرمستقیم صرف کند.

۴- سرکار خانم دکتر مریم حاج عبدالباقی

عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد تهران شمال

خانم مریم حاج عبدالباقی، دکترای علوم قرآن و حدیث، حافظ کل قرآن کریم و استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد تهران شمال است. وی فعالیت های علمی، پژوهشی و رسانه ای بسیار گسترده ای در حوزه قرآن پژوهی، مطالعات زن و خانواده و عفاف و حجاب دارد و اجرای چندین میزگرد و کنفرانس علمی را در مراکز علمی و فرهنگی بر عهده داشته است. همچنین خانم دکتر عبدالباقی، در سومین دوره همایش بین المللی بانوان قرآن پژوه، مدرس ممتاز و پژوهشگر موفق معارف قرآن کریم شناخته شد.

ایشان روحیه غرب باوری و نیز دشمنی و لجبازی عاملان بدحجابی و تبلیغات ضد فرهنگی رسانه های رقیب فرا ملی (اینترنت و ماهواره) را از عمده عوامل بروز الگوهای پوششی و رفتاری نامناسب غیراسلامی در جامعه می داند. خانم دکتر عبدالباقی، معتقد است فضای تربیت اسلامی حاکم بر خانواده و نهادهای آموزشی، بیشترین سهم را در نهادینه سازی فرهنگ حجاب برعهده دارد. پس از این دو نهاد، رسانه ملی نقش عمده ای در این راستا ایفا می کند؛ به این گونه که در سریالی که درباره

فرهنگ حجاب تولید شود، نباید صرفاً بازیگرها حجاب داشته باشند، بلکه نتیجه آن، نهادینه شدن حجاب برای مخاطبان باشد.

۵– حجت الاسلام و المسلمین جناب آقای دکتر کریم خان محمدی

عضو هیئت علمی دانشگاه باقرالعلوم۷ و مدیر گروه مطالعات روحانیت پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی

آقای کریم خان محمدی، دکترای فرهنگ و ارتباطات، دانش آموخته سطح خارج فقه و اصول حوزه علمیه قم، عضو هیئت علمی گروه جامعه شناسی دانشگاه باقرالعلوم و مدیر گروه مطالعات روحانیت پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، وابسته به سازمان تبلیغات اسلامی است. فعالیت های علمی و پژوهشی ایشان در زمینه ارتباطات و جامعه شناسی انقلاب است. ایشان افزون بر ۳۳ مقاله علمی ــ پژوهشی در این زمینه، اجرای چندین طرح پژوهشی را بر عهده داشته که اکنون «مفهوم شناسی جامعه شناسی دینی» در حال اجراست. دکتر خان محمدی، در سال ۱۳۸۵ موفق به دریافت تندیس ملی فداکاری در مقطع دکتری، و سال ۱۳۸۶ استاد پژوهشگر نمونه دانشگاه باقرالعلوم۷ شد.

زندگی در شهرهای بزرگ با فشردگی جمعیت و تراکم اخلاقی و آزادی نسبی و کنترل ناپذیری محیط، سبب گسترش ناهنجاری های اجتماعی شده است. ازاین رو، ایشان باور دارند که در نهادینه سازی فرهنگ حجاب و عفاف، باید محله ها و مساجد احیا شوند؛ زیرا مساجد، بهترین مکان برای تشکیل هویت دینی است. بنابراین، باید حوزه علمیه از طریق روحانیون، با احیای مساجد در این زمینه نقش آفرینی داشته باشند. رسانه ملی پس از نهادهای آموزشی، سهم عمده ای در تعمیق و

تضعیف این فرهنگ در جامعه برعهده دارد. رسانه ملی، می تواند با داشتن دیدگاهی سیستمی، ساخت سریال هایی با مضامین عالی و هدف دار، شخصیت پردازی صحیح از بانوان چادری در برنامه ها و غفلت نکردن از پوشش مردان و نظارت تخصصی و محتوایی بر تولیدات، گام هایی اساسی در این زمینه بردارد.

۶- حجت الاسلام والمسلمین جناب آقای محمدرضا زیبایی نژاد

رئیس دفتر مطالعات و تحقیقات زنان حوزه علمیه قم

حجت الاسلام والمسلمین محمدرضا زیبایی نژاد، رئیس دفتر مطالعات و تحقیقات زنان حوزه علمیه قم، دانش آموخته سطح خارج فقه و اصول حوزه علمیه قم، استاد حوزه و دانشگاه، مسئول کمیته زن و خانواده کمیسیون حوزوی شورای عالی انقلاب فرهنگی و نماینده حوزه علمیه در کار گروه ملی خانواده است. ایشان در رشته های ادبیات عرب، فقه و اصول، مطالعات زنان و خانواده تخصص دارد و افزون بر تألیف هفت کتاب و ۲۲ عنوان مقاله در زمینه مباحث دینی، زنان و خانواده، اجرای چندین میزگرد و کنفرانس علمی را در مراکز دانشگاهی بر عهده داشته است. کتاب _جایگاه خانواده و جنسیت در نظام تربیت رسمی_، از نگاشته های جدید ایشان است.

وی معتقد است فرهنگ حجاب به عنوان ارزش دینی و اخلاقی در جامعه کنونی، از تعهد اجتماعی به سمت شخصی بودن می رود و گسترش فردگرایی، عفت زا نبودن الگوهای توسعه و تربیت مدرن، در این امر نقش اساسی دارند. ایشان پیشنهاد می کنند برای بهبود وضعیت موجود، اولاً باید برای موضوع سبک زندگی و تربیت جنسی با محوریت

خانواده و سن کودکی و نوجوانی برنامه ریزی شود. ثانیاً نگرش مردم جامعه به حجاب، باید قانون اجتماعی لازم الرعایه باشد. در این میان، تلویزیون را به عنوان یکی از ابزارهای تحول در مناسبات اخلاقی جامعه، رسانه مدرنی می دانند که می کوشد در خدمت اهداف دینی قرار گیرد. رسانه، زندگی مردم را بازنمایی می کند و همین بازنمایی هاست که در ساخت واقعیت های جدید مؤثر است.

۷- جناب آقای دکتر سید حسین شرف الدین

دانش آموخته حوزه علمیه قم و عضو هیئت علمی مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی=

دکتر سید حسین شرف الدین، جامعه شناس دینی، دانش آموخته سطح خارج فقه و اصول حوزه علمیه قم، دکترای فرهنگ و ارتباطات و عضو هیئت علمی مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی= است. ایشان در عرصه علوم اجتماعی، فرهنگ و اسلام شناسی نظریه پرداز است و بالغ بر پانزده مقاله علمی و پژوهشی در این زمینه به چاپ رسانده است. «اسلام و جامعه شناسی خانواده»، «تبیین جامعه شناسی مهریه»، «تحلیلی اجتماعی از صله رحم» و «مطالعات مردم شناختی دین» از جمله آثار ارزشمند ایشان است.

وقوع تغییر در الگوی پوشش، از وقوع تغییر در برخی عناصر زیرساختی ذهنی و عینی حکایت دارد. بخشی از عوامل در سطح فرد نمود یافته و قاعدتاً واحد مطالعه آنها احوال و عوارض فردی است. بخشی دیگر در سطح کلان جامعه ظهور و بروز دارد و واحد تحلیل آن، موجودیت های نهادی و ساختاری و ظرفیت ها یا کاستی های محیطی

است. البته امروزه، بسیاری از معضلات به ویژه معضلات فرهنگی، از عوامل فراملی و روند موسوم به جهانی شدن و امپریالیسم فرهنگی سرچشمه می گیرد. با این رویکرد، در نهادینه سازی فرهنگ حجاب، نهادهای متعددی به طور مستقیم و غیرمستقیم نقش دارند، ولی رسانه ملی به دلیل ارتباطات گسترده توده ای، بهره گیری مستقیم و متوالی همه اقشار، دقت و هوشیاری مخاطبان، توقعات زیاد عموم از این سازمان و کنش گر فعال فرهنگی اجتماعی در مقایسه با سایر سازمان ها، باید بیش از دیگر سازمان های مسئول، نقش خود را به درستی ایفا کند. بی شک، این موقعیت استثنایی می تواند برای رسانه ملی، هم فرصت و هم تهدید به شمار رود.

۸- جناب آقای دکتر ابراهیم شفیعی سروستانی

دکترای فقه و اصول

آقای ابراهیم شفیعی سروستانی، دانش آموخته سطح خارج فقه و اصول حوزه علمیه قم، کارشناس ارشد حقوق جزا و جرم شناسی و پژوهشگر مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیماست. حوزه تخصصی مطالعه و پژوهش ایشان، فقه جزایی اسلام، اصول فقه، مطالعات زنان، رسانه، امامت و مهدویت است و در این زمینه ها تاکنون ۲۰ کتاب و ده ها مقاله تدوین و منتشر کرده است که یازده مورد از آنها به عنوان پژوهش برگزیده و برتر سال، انتخاب شده اند. کتاب _رسانه ملی و جهاد اقتصادی_، _رسانه ملی و ترویج فرهنگ مهدویت_ و _آئین برنامه سازی فرهنگ عفاف و حجاب_، جدیدترین آثار ایشان است.

پدیده بدحجابی در ایران، برخاسته از عوامل گوناگون فرهنگی،

ص:۲۴۱

تربیتی، آموزشی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، انتظامی و قضایی است. بنابراین، تا این موضوع به خوبی درک و شناخته نشود و سهم و وظایف نهادهای مسئول در این زمینه مشخص نشود، نمی توان به اصلاح وضعیت موجود امیدوار بود. در این میان، رسانه ملی باید پیش تاز نهادینه کردن فرهنگ عفاف و حجاب باشد و بر اساس راهبرد تبدیل گفتمان غربی در نگاه به زن و خانواده به گفتمان اسلامی، سیاست گذاری و برنامه ریزی کند و فرهنگ عفاف و حجاب را به عنوان بخشی از حقوق و شخصیت زن در اسلام تبیین کند.

۹- جناب آقای دکتر اصغر فهیمی فر

عضو هیئت علمی دانشگاه تربیت مدرس (گروه نقاشی دانشکده هنر و معماری)

آقای اصغر فهیمی فر، کارشناسی ارشد پژوهش هنر از دانشکده هنرهای زیبای دانشگاه تهران، دکترای تاریخ هنر و فلسفه هنر از دانشگاه مرکزی انگلستان (University of Central England) و استادیار و عضو هیئت علمی دانشکده هنر و معماری دانشگاه تربیت مدرس است. حوزه مطالعات علمی و پژوهشی ایشان بر زیباشناسی، رسانه، هنرهای تجسمی و هنر اسلامی متمرکز است و در این زمینه بیش از چهل مقاله علمی و پژوهشی و دوازده جلد کتاب تألیف کرده است. کتاب های _عشق شرقی، آشنایی با هنر دینی در تاریخ باستان_، _حکمت رسانه های مدرن_، _فلسفه هنر_، _در سایه های بلند باد (فیلم نامه رمان)_ و _دیالکتیک صورت و معنا در هنر، سینما و تلویزیون_ از جمله آثار ایشان است. رمان _شمیم مرجان_ (زندگینامه امام سجاد۷) و رمان _کوچه باغ توت_ (زندگینامه آقای محمود فرشچیان) و کتاب _استمرار و انقطاع در هنر ایرانی_ از ایشان در دست چاپ است.

ص:۲۴۲

دکتر فهیمی فر مـدیریت هـا و فعـالیت هـای فرهنگی، اجرایی، هنری و علمی متعـددی بر عهـده داشـته است؛ از جمله: مـدیر و پژوهشـگر نمونه دانشکده صدا و سیما در سال ۱۳۸۶؛ عضـو کمیته علمی ایران در کنفرانس بین المللی هنر و معمـاری ایران و هند در سال ۱۳۹۱؛ معاون سابق گروه هنرهای تجسمی دانشکده هنرهای زیبای دانشگاه تهران؛ معاون سابق آموزشی دانشکده صدا و سـیما؛ مشاور عالی ریاست سابق دانشـکده صدا و سـیما؛ سـردبیر سابق نشـریه علمی ـ پژوهشی ـپژوهش و سنجش ـ؛ مشـاور ریـاست مرکز سـیمافیلم؛ مـدیر و دبیر علمی نخستین کارگـاه نقاشـی خیمه هنر عاشورا دانشـگاه تربیت مـدرس در سال ۱۳۹۱؛ مدیر کل معاونت فرهنگی سـیمافیلم و سـرپرست تهیه متون سریال های امام حسن۷؛ ولایت عشق، ملاصدرا و چلچراغ؛ معـاون سـابق فرهنگی سـیمافیلم و نگـارش سـیزده قسـمت از فیلم نـامه ـدزدان مادربزرگ ـ (پخش شـده از تلویزیون در سال ۱۳۷۵).

سیـاست هـای نهادینه سازی فرهنگ عفاف و حجاب به عنوان یکی از محوری ترین مفاهیم فرهنگ دینی در طول سـی و چند سـال انقلاـب اسـلامی، سـاده تر از اهمیت این قضـیه بوده است. ازاین رو، هر سـیاستی در این رابطه، بایـد مبتنی بر آموزه های اسـلامی و فرهنگ سازی باشد. رفتار، شخصـیت پردازی، نوع دیالوگ، نوع حرکت یک نقش و صـحنه آرایی اتاق، می تواند بیننده را متقاعد کند که این بازیگر مذهبی است و البته اثری درازمدت دارد.

۱۰- سرکار خانم دکتر نیره قوی

عضو هیئت علمی پژوهشگاه فرهنگ و معارف اسلامی

ص:۲۴۳

خانم نیره قوی، دانش آموخته سطح خارج فقه و اصول حوزه علمیه، دکترای انقلاب اسلامی، استاد دانشگاه علوم پزشکی، عضو هیئت علمی پژوهشگاه فرهنگ و معارف اسلامی و مسئول دبیرخانه حمایت از پایان نامه ها و رسائل علوم انسانی در کشور است. ایشان در رشته های فقه و اصول، مطالعات زنان و خانواده و انقلاب اسلامی تخصص دارد. در این زمینه افزون بر تألیف شش کتاب و ده عنوان مقاله، کارگاه هایی تخصصی در حوزه مسائل زنان برای اعضای هیئت علمی دانشگاه های مختلف کشور برگزار کرده است. _تدوین سرفصل های رشته مطالعات زنان در مقطع کارشناسی ارشد_ و _آسیب شناسی مطالعات زنان_ از جمله طرح های پژوهشی ایشان به شمار می رود. دکتر نیره قوی به مدت ده سال رئیس امور خواهران نهاد مقام معظم رهبری در دانشگاه ها بود. _اطلس حجاب با عنوان حدیث حسن_ و _ضوابط پوشش و حجاب در دانشگاه های دنیا_ با همکاری جمعی از پژوهشگران، _معرفت شناسی و روان شناسی پوشش_، _بازشناسی پوشش در ادیان و مکاتب_، _بررسی بن بست و شکست فمنیسم در کتب و مقالات_، _کارکرد نظام اسلامی در عرصه زنان و خانواده_ و _تشکیلات عنکبوتی_ از جمله آثار ارزشمند ایشان است.

دکتر نیره قوی فضای فرهنگی و تربیتی حاکم بر خانواده را از بارزترین عوامل ظهور پدیده بدحجابی در ایران می داند و معتقد است خانواده ها در گذشته در تربیت، هدایت، نظارت و به نوعی در گزینش علایق و سلایق فرزندان دخالت مستقیم داشتند، ولی امروزه برخی از آنها، غالب وظایفشان را به نهادهای تربیتی رسمی و غیررسمی و رسانه هایی چون اینترنت، شبکه های ماهواره ای و در نهایت، تلویزیون

ص:۲۴۴

سپرده انـد. در این بین رسـانه ملی، به سـیاست گـذاری مناسبی در زمینه ساخت برنامه ها و نظارت های مناسب بر آنها و نیز به غنی سـازی عقبه فکری برنـامه سـازان و الگوهای پوششـی و رفتاری بازیگران و مجریان زن و مرد نیاز دارد. خانم قوی به بیان راهکارها و راهبردهایی در این زمینه می پردازد.

۱۱- سرکار خانم فروغ نیلچی زاده

پژوهشگر مطالعات زنان و استاد حوزه و دانشگاه

خانم فروغ نیلچی زاده، کارشـناس ارشد فلسـفه و حکمت اسلامی، پژوهشگر و استاد حوزه و دانشگاه از سال ۱۳۶۹ تا کنون و مشـاور رئیس سازمـان فرهنگی هنری شـهرداری تهران است. ایشان فعالیت های علمی، پژوهشـی، مطبوعاتی و رسانه ای بسـیار گسترده در حوزه زن، خانواده و عفاف و حجاب، برنامه ریزی و سامانـدهی و مـدیریت های علمی را نیز بر عهده داشـته است. از جمله فعالیت ها و خدمات علمی و مدیریتی ایشان عبارت است از: پژوهشگر گروه تلویزیونی بانوان به سرپرستی خانم ثقفی و شهید آوینی در سال ۱۳۷۰ (یک سال قبل از شهادتشان)؛ رئیس گروه پژوهشی دختران و زنان جوان سازمان ملی جوانان در سال های ۱۳۸۵ _ ۱۳۸۸؛ رئیس کمیته علمی جشنواره بین المللی نور (عفاف و حجاب) سال ۱۳۸۷؛ ناظر علمی و محتوایی ده جلـد دوره کتـاب هـای خـانواده موفق، برگزاری کارگاه های آموزشـی «حجاب و عفاف»، «تفاهم»، «روابط دختر و پسـر»، «به رنـگ گـل»، «جشـنواره نگـاه»، «مهـارت های همسـرداری»، «مهندسـی ذهن بر اساس قانون معنویت» در دانشـگاه های کشور؛ همکاری مستمر با صدا و سیما و رادیو به عنوان کارشناس دینی؛

مؤسس و مدیر واحد خواهران نهاد رهبری در دانشگاه ها؛ مشاور معاون رئیس جمهور و رئیس سازمان ملی جوانان در سال های ۱۳۸۵ _ ۱۳۹۰ و برگزاری سفر تبلیغی به لبنان و سوریه با همکاری سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی.

خانم نیلچی زاده معتقد است برای افزایش نقش رسانه ملی باید: اولاً زمینه های رعایت الگوهای پوششی متناسب با فرهنگ ملی و اسلامی، در جامعه هنری به عنوان الگوی فرهنگی جامعه اسلامی فراهم شود. ثانیاً در الگوهای پوششی و رفتاری هنرمندان دوگانگی نباشد. ایشان برای بهبود وضعیت موجود، راهکارهای متفاوتی را برای سیاست گذاری و برنامه سازی در رسانه ملی پیشنهاد می کند.

۱۲- جناب آقای دکتر محمدعلی هرمزی زاده

عضو هیئت علمی دانشگاه صدا و سیما

جناب آقای محمدعلی هرمزی زاده، عضو هیئت علمی دانشگاه صدا و سیما، تحصیلات خود را در مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد و دکتری در رشته جامعه شناسی سپری کرده و حدود هجده سال است که در دانشگاه های مختلف، به تدریس دروسی چون روش های تحقیق، آمار در علوم اجتماعی و کاربرد کامپیوتر اشتغال دارد. در کنار آن، پژوهش های متعددی در زمینه مسائل اجتماعی ایران انجام داده است.

برای نهادینه سازی فرهنگ حجاب و عفاف در جامعه، هر شخصی باید متناسب با مسئولیت خود در این زمینه قدم بردارد. برای نمونه، پژوهشگران از طریق کار پژوهشی، هنرمندان از طریق کار هنری، شاعران

از طریق شعر، فیلم سازان از طریق فیلم سازی، معلمان و مدرسان از طریق تدریس، مدیران ادارات و نهادها از طریق مدیریت و از همه مهم تر والدین از طریق تربیت فرزندان خود به ترویج و تعمیق فرهنگ حجاب بپردازند.

در گفت و گویی که با دکتر هرمزی زاده صورت گرفته، ایشان معتقـد است صدا و سـیما به عنوان فراگیرترین و گسترده ترین رسانه کشور، وظایف بسیار سنگینی دارد. ازاین رو، باید با طراحی دقیق سیاست های رسانه ای، توده مردم را به سمت پذیرش فرهنگ عفاف و حجاب به عنوان ارزشی اجتماعی سوق دهد.

ص:۲۴۷

درباره مرکز

بسمه تعالی

هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ

آیا کسانی که می‌دانند و کسانی که نمی‌دانند یکسانند ؟

سوره زمر/ ۹

مقدمه:

موسسه تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان، از سال ۱۳۸۵ هـ.ش تحت اشراف حضرت آیت الله حاج سید حسن فقیه امامی (قدس سره الشریف)، با فعالیت خالصانه و شبانه روزی گروهی از نخبگان و فرهیختگان حوزه و دانشگاه، فعالیت خود را در زمینه های مذهبی، فرهنگی و علمی آغاز نموده است.

مرامنامه:

موسسه تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان در راستای تسهیل و تسریع دسترسی محققین به آثار و ابزار تحقیقاتی در حوزه علوم اسلامی، و با توجه به تعدد و پراکندگی مراکز فعال در این عرصه و منابع متعدد و صعب الوصول، و با نگاهی صرفا علمی و به دور از تعصبات و جریانات اجتماعی، سیاسی، قومی و فردی، بر مبنای اجرای طرحی در قالب « مدیریت آثار تولید شده و انتشار یافته از سوی تمامی مراکز شیعه» تلاش می نماید تا مجموعه ای غنی و سرشار از کتب و مقالات پژوهشی برای متخصصین، و مطالب و مباحثی راهگشا برای فرهیختگان و عموم طبقات مردمی به زبان های مختلف و با فرمت های گوناگون تولید و در فضای مجازی به صورت رایگان در اختیار علاقمندان قرار دهد.

اهداف:

۱.بسط فرهنگ و معارف ناب ثقلین (کتاب الله و اهل البیت علیهم السلام)

۲.تقویت انگیزه عامه مردم بخصوص جوانان نسبت به بررسی دقیق تر مسائل دینی

۳.جایگزین کردن محتوای سودمند به جای مطالب بی محتوا در تلفن های همراه ، تبلت ها، رایانه ها و ...

۴.سرویس دهی به محققین طلاب و دانشجو

۵.گسترش فرهنگ عمومی مطالعه

۶.زمینه سازی جهت تشویق انتشارات و مؤلفین برای دیجیتالی نمودن آثار خود.

سیاست ها:

۱.عمل بر مبنای مجوز های قانونی

۲.ارتباط با مراکز هم سو

۳.پرهیز از موازی کاری

۴.صرفا ارائه محتوای علمی

۵.ذکر منابع نشر

بدیهی است مسئولیت تمامی آثار به عهده ی نویسنده ی آن می باشد .

فعالیت های موسسه :

۱.چاپ و نشر کتاب، جزوه و ماهنامه

۲.برگزاری مسابقات کتابخوانی

۳.تولید نمایشگاه های مجازی: سه بعدی، پانوراما در اماکن مذهبی، گردشگری و...

۴.تولید انیمیشن، بازی های رایانه ای و ...

۵.ایجاد سایت اینترنتی قائمیه به آدرس: www.ghaemiyeh.com

۶.تولید محصولات نمایشی، سخنرانی و...

۷.راه اندازی و پشتیبانی علمی سامانه پاسخ گویی به سوالات شرعی، اخلاقی و اعتقادی

۸.طراحی سیستم های حسابداری، رسانه ساز، موبایل ساز، سامانه خودکار و دستی بلوتوث، وب کیوسک، SMS و...

۹.برگزاری دوره های آموزشی ویژه عموم (مجازی)

۱۰.برگزاری دوره های تربیت مربی (مجازی)

۱۱. تولید هزاران نرم افزار تحقیقاتی قابل اجرا در انواع رایانه، تبلت، تلفن همراه و... در ۸ فرمت جهانی:

۱.JAVA

۲.ANDROID

۳.EPUB

۴.CHM

۵.PDF

۶.HTML

۷.CHM

۸.GHB

و ۴ عدد مارکت با نام بازار کتاب قائمیه نسخه :

۱.ANDROID

۲.IOS

۳.WINDOWS PHONE

۴.WINDOWS

به سه زبان فارسی ، عربی و انگلیسی و قرار دادن بر روی وب سایت موسسه به صورت رایگان .

درپایان :

از مراکز و نهادهایی همچون دفاتر مراجع معظم تقلید و همچنین سازمان ها، نهادها، انتشارات، موسسات، مؤلفین و همه

بزرگوارانی که مـا را در دستیـابی به این هـدف یـاری نموده و یا دیتا های خود را در اختیار ما قرار دادنـد تقـدیر و تشـکر می نماییم.

آدرس دفتر مرکزی:

اصـفهان -خیابان عبـدالرزاق - بازارچه حاج محمد جعفر آباده ای - کوچه شـهید محمد حسن توکلی -پلاک ۱۲۹/۳۴- طبقه اول

وب سایت: www.ghbook.ir

ایمیل: Info@ghbook.ir

تلفن دفتر مرکزی: ۰۳۱۳۴۴۹۰۱۲۵

دفتر تهران: ۸۸۳۱۸۷۲۲ ـ ۰۲۱

بازرگانی و فروش: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹

امور کاربران: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹

قائمیه
مرکز تحقیقات رایانه ای
اصفهان



برای داشتن کتابخانه های تخصصی
دیگر به سایت این مرکز به نشانی
www.Ghaemiyeh.com
www.Ghaemiyeh.net

